

Dem Leitbild
Bürgergesellschaft verpflichtet



vhw-Kommunikationshandbuch

Praxisbezogene Kommunikation mit
den Milieus der Stadtgesellschaft

Inhalt

1 Einleitung	3
2 Vorgehen und Bedienungsanleitung – Warum ein Kommunikationshandbuch?	6
Exkurs: Von Nähe und Ferne – Pierre Bourdieu	6
„Bedienungsanleitung“ – was das Kommunikationshandbuch leisten soll/kann, was der Leser erwarten darf/kann	7
Der Inhalt – Gliederung und Vorgehen	8
Exkurs: Lebenswelt- und Lebensstilforschung und die Milieus der Stadtgesellschaft	8
Die Sinus-Milieus als Werkzeug in der Arbeit des vhw	9
3 Milieuportraits	11
Gesellschaftliche Leitmilieus	11
Konservativ-Etablierte	13
Liberal-Intellektuelle	22
Performer	30
Kritisch-kreative Milieus	38
Expeditive	39
Experimentalisten	48
Milieus des Bürgerlichen Mainstreams	57
Sozialökologische	58
Bürgerliche Mitte	67
Adaptiv-Pragmatische	76
Traditionelles Milieu	85
Traditionelle	86
Prekäre Milieus	94
Prekäre	95
Konsum-Hedonisten	103
4 Exkurs: Die Milieus der Stadtgesellschaft im Dialog	112
5 Kommunikation	120
Die Milieus und Kommunikation	120
Exkurs: Kommunikationswissenschaften, Kommunikationsmodelle, Lebenswelt und Lebensstil	120
Die Lasswell-Formel	121
Das Kommunikationsquadrat oder „4-Ohren-Modell“	122
Die fünf Axiome der Kommunikation nach Paul Watzlawick	124
Schlussfolgerung: Kommunikation ist nicht gleich Kommunikation!	125
Exkurs: Mediennutzung und Medienwirkung	126
Exkurs: Digitale Kommunikation	127
Onliner und (N)Onliner – Daten aus dem (N)Onliner Atlas 2011	129
Leitmilieus und Kommunikation	133
Kritisch-kreative Milieus und Kommunikation	148
Bürgerlicher Mainstream und Kommunikation	160
Traditionelles Milieu und Kommunikation	174
Prekäre Milieus und Kommunikation	184
6 Partizipation und Engagement	197
Leitmilieus und Partizipation	202
Kritisch-kreative Milieus und Partizipation	211
Bürgerlicher Mainstream und Partizipation	220
Traditionelles Milieu und Partizipation	230
Prekäre Milieus und Partizipation	238
7 Themen der Stadtentwicklung	248
Leitmilieus	248
Kritisch-kreative Milieus	253
Bürgerlicher Mainstream	257
Traditionelles Milieu	262
Prekäre Milieus	264
8 Fallbeispiele	269
Fallbeispiel 1: Wenn Informationen allein für Unmut sorgen – eine Bürgerinformationsveranstaltung und ihre Folgen	269
Fallbeispiel 2: Das Amtsblatt – Wenn der gewählte Kommunikationskanal eingeschränkt und welche Alternativen es gibt	270
Fallbeispiel 3: Neuer Kommunikationskanal, neue Zielgruppe – Ludwigsburg und die Beteiligungsplattform „MeinLB.de“	271
Fallbeispiel 4: Remscheid Honsberg – „schwierige“ Quartiere, „schwierige“ Beteiligung oder was Interviews bewirken können	272
Quellenverzeichnis	275
Abbildungsverzeichnis	277

Über die Kommunikation zur Inklusion in Beteiligungsverfahren – Ein innovativer Weg zur Stärkung der lokalen Demokratie

1 Einleitung

Bürgerbeteiligung ist in aller Munde. Nicht erst der Streit über „Stuttgart 21“ und andere Großprojekte hat gezeigt, dass der Bürger gehört, ernst genommen und beteiligt werden will. Von „Wut- oder Frustbürgern“ ist die Rede; die Spannbreite des Bürgerverhaltens reicht von lautem Protest bis zur resignierten Abwendung. Viele fühlen sich in ihren Erwartungen und Hoffnungen in **die** Politik und **die** Parteien zunehmend enttäuscht. Die Zeichen sind ebenso vielfältig wie eindeutig: 2009 waren die Nichtwähler erstmals bei Bundestagswahlen mit knapp 30 Prozent der Wahlberechtigten stärker als jede Partei. Wenn Vertrauen mit Professor Korte als „entscheidende Bedingung für verfasste Herrschaft“ anzusehen ist und in diesem Sinne „Erwartungssicherheit im Hinblick auf die Funktionsweise und Kompetenz der Institution“ bedeutet, haben wir es offenbar mit einer „Spirale institutioneller Vertrauensverluste“ zu tun.¹

Für viele Beobachter und Politiker ist unstrittig, dass zur Überwindung der auseinanderstrebenden Kräfte der Gesellschaft und des Vertrauensverlusts in **die Politik** eine neue Kommunikations- und Beteiligungskultur unverzichtbar ist.² Dies gilt insbesondere für die kommunale Ebene, wo sich diese gesellschaftlichen Entwicklungen und Erfordernisse bündeln. So stehen die weitere Ausdifferenzierung der Stadtgesellschaften mit der impliziten Verbreiterung des Interessenspektrums oder ungebremsste Marktmechanismen, wie sie sich in den häufiger werdenden Verdrängungsprozessen zeigen, in einem

deutlichen Spannungsverhältnis zu den Zielen der sozialen Kohäsion der Gesellschaften – und damit letztlich auch zum Anliegen der Stärkung der lokalen Demokratie.

Allerdings ist es mit einem reinen „Mehr“ an Beteiligungsmöglichkeiten und -formen keineswegs getan, wenn dem Bürger eine anerkennungsfähige und -würdige (also legitimierte), flexibel institutionalisierte Mitwirkungsplattform verfügbar gemacht werden soll.

Vielmehr ist neben einer Verbreiterung der Partizipationsbasis und -angebote sowie ihrer diskursiv-deliberativen Gestaltung zunächst dem Postulat der „Teilhabegerechtigkeit“ Rechnung zu tragen. „Partizipation und Inklusion“ bedingen sich in dieser Zielstellung gegenseitig und sind erst in ihrer gemeinsamen Umsetzung Garanten für die Legitimierung der Verfahren und den politisch-gesellschaftlich angestrebten Erfolg.³

Tatsächlich gerät die Legitimität repräsentativer Verfahren insbesondere unter der Perspektive des demokratischen Ideals der politischen Gleichheit unter Druck. Das zentrale Gleichheitsversprechen der Demokratie fordert, dass alle Bürgerinnen und Bürger politische Entscheidungen prinzipiell gleich beeinflussen können. Festzustellen ist indes eine zunehmende soziale Selektion im Bereich der politischen Partizipation.⁴ Einkommensschwache und bildungsferne Bürger bringen ihre Interessen immer seltener in das politische Geschehen ein.

Vor allem Personen aus den unteren Bildungs- und Einkommensschichten sind überzeugt, dass Politikerinnen und Politiker sich nicht um ihre Interessen kümmern und dass

¹ Prof. Dr. Rudolf Korte (2006): Medien im politischen Entscheidungsprozess, Vorlesung, Universität Duisburg-Essen

² So Ulrich Sarcinelli (2011): Medien und Demokratie, in: Demokratie in Deutschland 2011 – Ein Report der Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin, S. 6

³ Vgl. dazu auch Wolfgang Merkel/Alexander Petring (2011): Partizipation und Inklusion, in: Demokratie in Deutschland 2011, a. a. O.

⁴ Sebastian Bödeker (2012): Soziale Ungleichheit und politische Partizipation in Deutschland, WZ-Brief Zivilengagement, Heft 5, April 2012, S. 1 ff. (hier: S. 4)

sie keinen Einfluss auf das Regieren haben. Sie nehmen Politik eher als eine Veranstaltung politischer Eliten wahr.⁵

Der Rückzug dieser Bevölkerungsschichten führt dazu, dass diejenigen, die im politischen System besser repräsentiert sind und ihre Interessen artikulieren können, mit größerer Wahrscheinlichkeit eine Resonanz der politischen Entscheidungsträger erfahren. Bevölkerungskreise hingegen, die sich politisch nicht beteiligen, verschwinden vom Radarschirm politischer Repräsentanten.⁶ Es kommt zu wachsenden Macht- sowie Einflussasymmetrien mit – auf lange Sicht – fatalen Folgen für die demokratischen Institutionen und führt zu möglichen Spill-over-Effekten. (Bei politisch Marginalisierten könnte auch das Interesse an Partizipation in der Zivilgesellschaft und der Ökonomie verschwinden. Ein Effekt wäre, dass sozioökonomische Ungleichheiten ansteigen.)

Soziale Ungleichheit wird somit zu einem Problem für die Legitimität demokratischen Regierens. Die Zurückführung der sozialen Selektion oder anders gewendet, die Produktion von Inklusion ist daher für den vhw in dem von ihm wahrgenommenen Handlungsfeld Stadtentwicklung der Schlüssel für ein Mehr an Legitimität kommunalpolitischen Handelns. Für den Verband ist es ein Ausweis demokratischer Qualität, dass alle relevanten und legitimen Interessen der Stadtgesellschaft im stadtentwicklungspolitischen Diskurs gleichgewichtig repräsentiert sind. Die Produktion von Legitimität ist für den vhw zuallererst die Produktion von Inklusion.

Spätestens vor diesem Hintergrund wird deutlich, warum der vhw einen politisch innovativen und instrumentell neuartig fundierten Zugang zu den Erfordernissen einer zukunftsfähigen und gesellschaftspolitisch legitimationsfähigen Stadtentwicklung mit

⁵ Brigitte Geisel (2012): Politische (Un)gleichheit und die Versprechen der Demokratie, APuZ 2012, Heft 38, S. 32 ff. (hier: S. 34/35)

⁶ Siehe Geisel, a. a. O., m. w. N.

dem Bürger gewählt hat, der derzeit im Rahmen eines Netzes von etwa 15 Städten seinen Praxistest durchläuft und anwendungstauglich gemacht werden soll. In vier Punkten wird der Unterschied des vhw-Ansatzes zu den vielen Verfahren zur Gestaltung von Partizipation besonders deutlich:

1. Partizipation und Inklusion sind, wie schon angesprochen, untrennbare Bedingungen zur Erreichung der politischen Zielsetzung.
2. Ergebnis und Rezeption des Verfahrens hängen – neben dem Inklusionserfolg – von der Qualität seiner Gestaltung im Sinne der Deliberation ab.
3. Inklusion bedeutet, dass möglichst alle Gruppen der Stadtgesellschaft an den Verfahren teilhaben. Vor allem soll die gesamte Breite der Interessen und Anliegen der Bürger Berücksichtigung in den Verfahren finden. Um die Stadtgesellschaft in ihrer Breite zu erfassen, bedient sich das Projekt des bewährten Modells der sozialen Milieus.
4. Das Inklusionsziel erfordert, die Bürger in ihrer realen Lebenslage zu erreichen und dort einen Zugang zu ihnen zu finden. Dies bedeutet, dass die soziale Situation, Bildungsnähe oder -ferne ebenso ins Blickfeld rücken wie lebensweltliche oder mentale Dispositionen. Auch die Ursachen und die Beeinflussbarkeit von politisch-gesellschaftlicher Distanz oder sonstigen Faktoren politischer Abwendung oder Indifferenz werden durchleuchtet.

Vor allem im Hinblick auf die beiden letztgenannten Punkte greifen die vielen bekannten Verfahrensmodelle meist erheblich zu kurz. Dass sich die Erfordernisse der Kommunikation keineswegs auf den Austausch der beteiligten Akteure unmittelbar vor und innerhalb der Verfahren reduzieren lassen, sondern eine Grundvoraussetzung insbesondere für das Erreichen beteiligungsferner Gruppen darstellen, bleibt selbst in breit

angelegten Handbüchern zur Bürgerbeteiligung unerwähnt.⁷ Und das, obwohl bereits 2005 ebenso zutreffend wie weitgehend folgenlos festgestellt wurde, dass „niemand erwarten (könne), dass Bürger/innen sich ohne vorherige Information und Ansprache am Bürgerhaushalt beteiligen“⁸.

Erfolgversprechende Ansprache – und nachfolgende Information – kann es jedoch nur geben, wenn sich Kommunen und die anderen Träger von Beteiligungsverfahren auch kommunikativ auf den Bürger in seiner Vielfalt einlassen, ihn in seiner realen Lage erreichen und ihm damit oft überhaupt erst eine Chance geben, in partizipativen Verfahren mitzuwirken. Genau hier schließt das vorliegende Handbuch eine zentrale Lücke, die bislang weder von den unterschiedlichen Verfahrensmodellen noch von der nahezu unüberschaubaren Literatur zu verschiedensten Aspekten der Kommunikation auch nur ansatzweise ausgefüllt worden ist. Weder übergreifende, marketingorientierte Handbücher noch Werke zur „politischen Kommunikation“ gehen der Frage nach, wie die verbalen und nonverbalen Barrieren zu den oft exkludierten oder freiwillig abseits stehenden Teilen der Gesellschaft überwunden werden können. Nur für einzelne Teilgruppen – insbesondere Bürger mit Migrationshintergrund – oder Kommunikationswege, wie die Online-Kommunikation, liegen entsprechende Betrachtungen vor.⁹

Das vorliegende Handbuch ist ein zentrales Bindeglied für die Verbindung von Inklusion und Beteiligung über das Instrument der Milieuforschung. Erst wenn es gelingt, Präk-

re, Hedonisten, junge Kreative oder auch resignierte Traditionelle Milieus in ihrer Alltagswelt und mit ihren Alltagssorgen verständlich und nachvollziehbar anzusprechen, besteht auch die Chance, dass sie sich in lokale Verfahren einbringen. Hier beginnt dann die Stärkung der sozialen Kohäsion vor Ort: Man hört voneinander, lernt voneinander – man kommuniziert miteinander.

Das Handbuch beruht auf den vielen Erkenntnissen, die der vhw in den letzten Jahren im Rahmen der Milieuforschung durch Befragungen, qualitative Studien oder Hintergrundwissen gewonnen hat. Als zentraler Baustein zur Verbesserung der Inklusion, aber auch für die Verfahrensdurchführung wird es ständig fortgeschrieben und durch neue Erfahrungen ergänzt und bereichert. Erste vorläufige Ergebnisse von Verfahren, die im Rahmen des Städtensetzes des vhw durchgeführt worden sind, haben das Potenzial lebensnaher Kommunikationsformen für die Verbreiterung der Beteiligungsbasis eindeutig dokumentiert.¹⁰

Für all jene, für die Stadtentwicklung mit dem Bürger, das Wiedergewinnen von Vertrauen und letztlich die breite Koproduktion von Gemeinwohl unerlässliche Kernziele der lokalpolitisch-gesellschaftlichen Entwicklung sind, wird das Handbuch ein hilfreicher Begleiter sein.



Peter Rohland, Vorstand
vhw-Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e. V.

7 Patrizia Nanz/Miriam Fritsche (2012): Handbuch Bürgerbeteiligung. Verfahren und Akteure, Chancen und Grenzen, Bonn: BzpB

8 Bürgerhaushalt in Großstädten. Arbeitsmaterialien für die Umsetzung. Dokumentation und Auswertung der Ergebnisse des Workshops „Bürgerhaushalt für Berliner Bezirke: Lesbar, verständlich, für und mit Bürgern/innen“, Bonn: BzpB 2005

9 2003 veröffentlichte Vandenhoeck & Rupprecht das „Handbuch interkulturelle Kommunikation“, 2007 folgte J.B. Metzler mit dem „Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz“. 2010 legte der VS Verlag das „Handbuch Online-Kommunikation“ vor; seit 2012 ist von „digitalen Citoyens“ die Rede.

10 Vgl. Modul „Fallbeispiele“, vor allem Fallbeispiel 2 und Fallbeispiel 4

2 Vorgehen und Bedienungsanleitung – Warum ein Kommunikationshandbuch?

„Gorleben“, „Occupy Wall Street“, Flugruten in Schönefeld, unerwünschte „Startbahnen West“ – spätestens seit Stuttgart 21 ist der Begriff des „Wutbürgers“ geprägt und so manch einer zeigte sich überrascht, zu welch (politischem) Aktivismus die sonst als so politikverdrossen geltenden Bürger plötzlich fähig sind. Die Überraschung war umso größer, als man feststellte, dass der Wutbürger sich nicht in die Schublade der sonst typischen Steine werfenden (oft politisch deutlich klassifizierbaren) Demonstranten stecken ließ und nicht mehr lässt. Ein Essay im Spiegel konstatiert mit Blick auf den Wutbürger:

„Er ist konservativ, wohlhabend und nicht mehr jung. Früher war er staatstragend, jetzt ist er zutiefst empört über die Politiker“.¹¹

Eine Studie des Wissenschaftszentrums Berlin detailliert diese Analyse auf Basis einer Befragung mit 814 Teilnehmern einer Demonstration gegen Stuttgart 21 und stellt fest: Die Altersstruktur der Demonstranten ist ungewöhnlich verteilt, denn über 60 Prozent der Teilnehmer waren zwischen 40 und 64 Jahre alt. Der Anteil der unter 25-Jährigen hingegen betrug nur 7 Prozent. Erwähnenswert ist an dieser Stelle auch der überproportionale Anteil der sehr gut ausgebildeten Personen.¹² Zusammenfassend lässt sich das Bild so wiedergeben: Die Demonstrationsteilnehmer entsprechen dem Bild des kommunal engagierten Bürgers mittleren Alters mit höherem Bildungsstand; er ist tendenziell eher links-liberal und sozioökonomisch abgesichert.¹³ Warum sich nun ausgerechnet diese Gruppe von Menschen zusammenschließt, um gegen einen Bahnhof zu demonstrieren, ist hier nicht Gegenstand der Betrachtung. Warum sich aber ausgerechnet diese Gruppe (teilweise intensiv) am politischen Leben beteiligt, ist eine interessante und ebenso wichtige Frage. Denn dieses Bild ist gemeinhin bekannt und es

scheint auch in anderen Bereichen politischer Beteiligung dominant zu sein. Beim Blick auf Partizipation und Beteiligung fällt die Mittelschichtslastigkeit stark auf. Politische Partizipation und Engagement scheinen per se mittelschichtslastig zu sein. Das mag daran liegen, dass Beteiligungskultur(en) von sich aus eben diesen Bevölkerungsgruppen bzw. Milieus sehr nah ist (sind). Die Beteiligung an Wahlen unterstreicht dieses Bild, denn sie bestätigt die These, dass besonders Mittel- und Oberschichten intensiver am politischen Leben teilhaben.¹⁴ Im Umkehrschluss heißt das, dass andere Bevölkerungsgruppen weniger intensiv (oder auch gar nicht?) am politischen Leben partizipieren. Eben dieses Phänomen und die Frage, warum und wie manche Gruppen sich an bestimmten Themen beteiligen (oder eben nicht), soll uns in diesem Handbuch beschäftigen. Dabei geht es uns ganz speziell um die Kommunikation und Wirkungszusammenhänge milieuspezifischer Kommunikationsweisen, -vorlieben, -eigenheiten. Denn die Exklusion bestimmter Bevölkerungsgruppen stellt ein Problem dar: Sie haben keine Möglichkeiten, über politische Fragen und Entscheidungen mitzubestimmen, haben aber mit Sicherheit auch eine Meinung zu den zur Diskussion stehenden Themen. Ihr „Input“ fehlt, und damit wird in Beteiligungsprozessen kein komplettes, vollständiges (in diesem Sinne auch repräsentatives) Bild der Stadtgesellschaft gespiegelt. Die ganze Bandbreite der möglichen Argumente kann damit nicht abgebildet werden.

Exkurs: Von Nähe und Ferne – Pierre Bourdieu

Einen (zugegeben wissenschaftlichen) Ansatz zur Unterschiedlichkeit von Beteiligung bietet Bourdieu. Wenden wir uns nochmals dem Beispiel der Wahlen bzw. der Wahlbeteiligung zu: Sich an Wahlen zu beteiligen, ist das Recht eines jeden wahlberechtigten Bürgers in Deutschland. Der Soziologe Pierre Bourdieu sieht nun aber Teilnahmerechte lediglich als Teilnahmekancen an,¹⁵ und eben diese Chancen müssen genutzt werden. Sie stehen damit nur jenen zur Verfügung, die um Chancen wissen, gelernt haben, sie zu nutzen, und nicht zuletzt dazu auch genügend motiviert sind.¹⁶ So hängt die Teilnahme an Wahlen beispielsweise stark mit Bildungsniveau und Schichtzugehörigkeit zusammen. In diesem Zusammenhang versteht Bourdieu politisches Interesse selbst als sozial ungleich verteilt. Mit diesem Konzept der Statuskompetenz konstatiert Bourdieu,

11 Der Spiegel 41/2010, Essay von Dirk Kurbjuweit: Der Wutbürger. Stuttgart 21 und Sarrazin-Debatte: Warum die Deutschen so viel Protestieren, <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-74184564.html> [29.11.2011]

12 D. Rucht/B. Baumgarten/S. Teune/W. Stuppert (2010): Befragung von Demonstranten gegen Stuttgart 21 am 18.10.2010, http://www.wzb.eu/sites/default/files/personen/schneider.kerstin.468/s21_kurzbericht_2.pdf [29.11.2011]

13 Vgl. S. Stürmer (2011): Soziale Repräsentation von Bürgerprotesten: Der Wutbürger – soziale Realität, Feuilleton-Chimäre oder politischer Kampfbegriff, in: Politische Psychologie, 1. Jahrgang, Heft 1 (1), http://www.psychologie-aktuell.com/fileadmin/download/PP_1-2011.pdf [29.11.2011]

14 R. Geißler (1994): Politische Ungleichheit: Soziale Schichtung und Teilnahme an Herrschaft, in: ebd. (Hrsg.), Soziale Schichtung und Lebenschancen in Deutschland, Stuttgart, S. 74–110

15 Vgl. S. Beck (2011): Warum milieuorientierte Demokratie?, in: vhw (Hrsg.), Dialog: Zur Stärkung Lokaler Demokratie, Berlin, S. 61–68

16 Ebd.

dass politische Kompetenz in signifikanter Weise mit dem sozialen Status variiert. Politisches Interesse wie auch politisches Engagement sind soziale Privilegien, die sich beide auf soziale Ungleichheiten zurückführen lassen und insbesondere auf die Verteilung des kulturellen Kapitals.¹⁷ Schlussfolgernd ist also politisches Interesse ein soziales Privileg, welches in erster Linie auf kulturellen Ressourcen beruht, die wiederum ungleich verteilt sind. Im Umkehrschluss verschließt sich all jenen, die nicht über die entsprechenden kulturellen Ressourcen verfügen, der Zugang zu den Teilnahmemechanismen. Das liegt allerdings nicht allein daran, dass Ressourcen ungleich verteilt sind, sondern auch daran, dass die politische Kultur an sich hoch selektiv ist. Die Teilhabe an den Prozessen verlangt eine hohe (politische) Kompetenz, die insbesondere statushohen Milieus gut „steht“. Laut Bourdieu müssen politische Prozesse an sich im Hinblick auf Sprache, Gestus, Offenheit „intersoziokulturell“ gestaltet werden.¹⁸ Wir konzentrieren uns an dieser Stelle auf die Kommunikation und gehen davon aus, dass auch die Kommunikation je nach Milieu variieren muss, um das kommunikative und partizipative Panorama der Stadtgesellschaft voll auszuschöpfen.

Und hier findet sich eine Antwort auf die Frage „Warum ein Kommunikationshandbuch?“: Menschen unterscheiden sich, haben unterschiedliche Interessen, Einstellungen und eben auch Kommunikationsweisen. Mit diesem Handbuch wollen wir bezüglich der Kommunikation Handlungsempfehlungen erarbeiten, um in Zukunft das partizipative Panorama der Stadtgesellschaft besser auszuschöpfen. Hinter allen Überlegungen stehen dabei zweierlei Annahmen: zum einen, dass Beteiligung und Partizipation derzeit mittelschichtlastig ist, weil eben genau diese Mittelschicht angesprochen wird. Partizipation und Kommunikation finden derzeit noch auf eine Art und Weise statt, die dem Klima einer öffentlich-rechtlichen (und politischen) Talkshow gleichen und damit speziell auf das Bildungsbürgertum abzielen.¹⁹ Das bedeutet gleichzeitig, dass andere Bürger ausgeschlossen werden, weil ihnen nicht das Kommunikationsformat angeboten wird, das ihnen liegt, ihren kommunikativen Vorlieben entspricht.

Zum anderen gehen wir davon aus, dass sich die Unterschiedlichkeit der Menschen nicht in aller Detailtreue beschreiben, geschweige denn berücksichtigen lässt. Wir arbeiten aus diesem Grund mit den Ansätzen der Lebensstilforschung und ganz speziell mit den Sinus-Milieus. Die Sinus-Milieus dienen uns dabei als eine Art „Werkzeug“,

denn sie bieten uns einen ganzheitlichen Blick auf die Bürger der Stadtgesellschaft und ermöglichen einen strukturierten Einblick in die gesellschaftliche Differenzierung urbaner Lebenswelten. In anderen Worten: Mit ihnen lässt sich die Vielfalt und die damit zusammenhängende Komplexität reduzieren. Denn sie gruppieren Menschen mit ähnlichen Lebensweisen und Lebensauffassungen. Mithilfe der Milieus wollen wir die unterschiedlichen kommunikativen Zugänge beschreiben, Potenziale, Präferenzen, Handlungsoptionen in den Bereichen der Stadtentwicklung aufzeigen und Ihnen auf diese Weise die Milieus in ihrer Unterschiedlichkeit und ihren Gemeinsamkeiten näherbringen, um ein Verständnis zu schaffen, welche „Eigenheiten“ sie in den Bereichen der Kommunikation und Themen der Stadtentwicklung charakterisieren. Mithilfe dieses Wissens wollen wir Ihnen das nötige „Handwerkszeug“ geben, um mit Ihren Bürgern, respektive Milieus, in den Dialog zu treten.

„Bedienungsanleitung“ – was das Kommunikationshandbuch leisten soll/kann, was der Leser erwarten darf/kann

Das Kommunikationshandbuch versteht sich in diesem Sinne als Ratgeber bei Fragen der Kommunikation mit den unterschiedlichen Milieus der Stadtgesellschaft. Mit diesem Handbuch möchten wir Ihnen einen Eindruck vermitteln, welche grundsätzlichen Regeln, Charakteristika, Besonderheiten, Verhalten etc. in der Kommunikation mit den Milieus zu beachten sind, was also beispielsweise in der Kommunikation mit bestimmten Milieus am besten vermieden wird, was gut funktioniert, was besonders ansprechend, was besonders abschreckend wirkt. Wir möchten Sie damit dabei unterstützen, Ihre „Zielgruppe“ besser kennenzulernen, zu realisieren, wie sie in ihrer Lebenswelt „ticken“, was sie umtreibt. Wir möchten Ihnen damit die Kommunikation erleichtern, Sie dabei unterstützen, Ihre Bürger zu verstehen, und Ihnen Vorschläge machen, wie Sie mit ihnen am effektivsten und zielorientiert reden.

Mit dem Handbuch erheben wir noch lange nicht den Anspruch auf Vollständigkeit! Allumfassende Antworten auf alle Probleme der Kommunikation oder der Stadtentwicklung werden Sie mit dem Handbuch nicht erhalten. Vollständigkeit können wir auch nicht garantieren, weil sich Menschen, Gesellschaften in einem ständigen Wandel befinden. Damit verändern sich zum einen die Themen, die gerade aktuell sind und „brennen“, aber auch die Prioritäten, die Menschen in ihrem Leben setzen, ihre Interessen, Bedürfnisse etc. Damit ist natürlich auch die zwischenmenschliche Kommunikation einem stetigen Wandel unterworfen.

17 P. Bourdieu, P. (2001): Das politische Feld, in: ders.: Das politische Feld. Zur Kritik der politischen Vernunft, Konstanz, S. 41–114 (hier: S. 67)

18 Vgl. Beck (2011), a. a. O., S. 61–68

19 Vgl. S. Beck/S. Gutknecht (2011): Talkshow statt Teilhabe?, in: vhw – Forum Wohnen und Stadtentwicklung, Heft 6/Dezember 2011, S. 309–313

Der Inhalt – Gliederung und Vorgehen

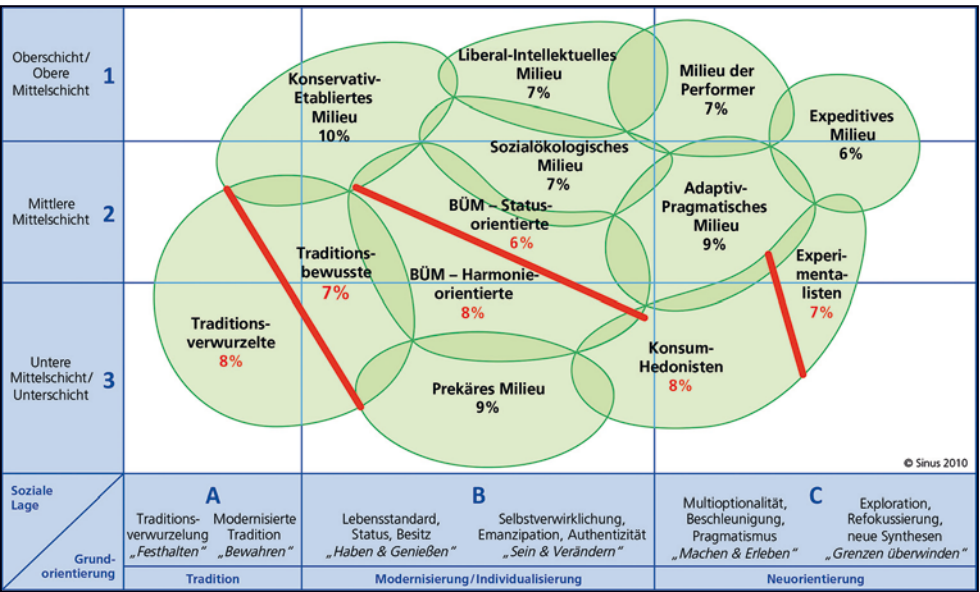
Das Handbuch ist in unterschiedliche, insgesamt vier Hauptmodule gegliedert: Im Modul „Milieuportraits“ geht es um einen eher allgemeinen Einstieg in die einzelnen Sinus-Milieus. Im Modul „Kommunikation“ geht es darum, welche Kommunikationsstile und -weisen die Milieus auszeichnet. Das Modul „Partizipation und Engagement“ zielt auf Charakteristika der Milieus in diesem Bereich ab. Das Modul zu den „Themen der Stadtentwicklung“ soll die Inhalte in den Kontext der Stadtentwicklung setzen und dabei die Milieuperspektive berücksichtigen. Ziel dabei ist also nicht, die Themen an sich detailliert zu betrachten, sondern sie im Zusammenhang mit den Milieus zu analysieren. Wir wollen damit Antworten auf zunächst profan klingende Fragen geben, die aber auf den zweiten Blick nicht ohne Weiteres zu beantworten sind: Welche Rolle spielen diese Themen innerhalb der Milieus? Welchen Stellenwert nehmen sie ein (haben sie überhaupt einen Stellenwert)? Und wie kommunizieren wir am effektivsten mit den Milieus?

Exkurs: Lebenswelt- und Lebensstilforschung und die Milieus der Stadtgesellschaft

Der vhw arbeitet bereits seit 2002 erfolgreich mit den Sinus-Milieus des Sinus-Instituts. Im Bereich Wohnen wie auch in der Arbeit des Städtenetzwerks hat sich der Ansatz bereits bewährt, beispielsweise in der Zusammenarbeit mit den Kommunen, mit Wohnungsunternehmen, bei der Analyse von Partizipationspotenzialen oder bei Fragen nach sozialer Segregation, Zusammenleben und sozialem Raum. Das Sinus-Institut arbeitet seit den 1970er-Jahren mit dem Milieuansatz und dementsprechend fundiert ist dieses Instrument. Die Basis der Sinus-Milieus bilden repräsentatives Interviewmaterial und kontinuierlich durchgeführte Reprsentativumfragen, womit sowohl qualitative als auch quantitative Veränderungen der Milieustruktur über die Jahre hinweg sichtbar werden.²⁰ Die Kombination aus qualitativer und quantitativer Forschung garantiert, „dass die statistisch belegbaren Milieuzusammenhnge auch auf einer ethnologisch fundierten Basis beruhen, und nicht nur statistisch valide, ansonsten aber willkürlich konstituierte Zusammenhänge widerspiegeln“.²¹

20 R. Geißler (2002): Die Sozialstruktur Deutschlands, S. 132
21 S. Beck (2008): Lebenswelten von Migranten. Repräsentative Ergebnisse zur Studie Migranten-Milieus, in: vhw – Forum Wohnen und Stadtentwicklung, Heft 6/Dezember 2008, S. 288–293 (hier: S. 288)

Abbildung 1: Sinus-Milieus mit Subdifferenzierung



Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011

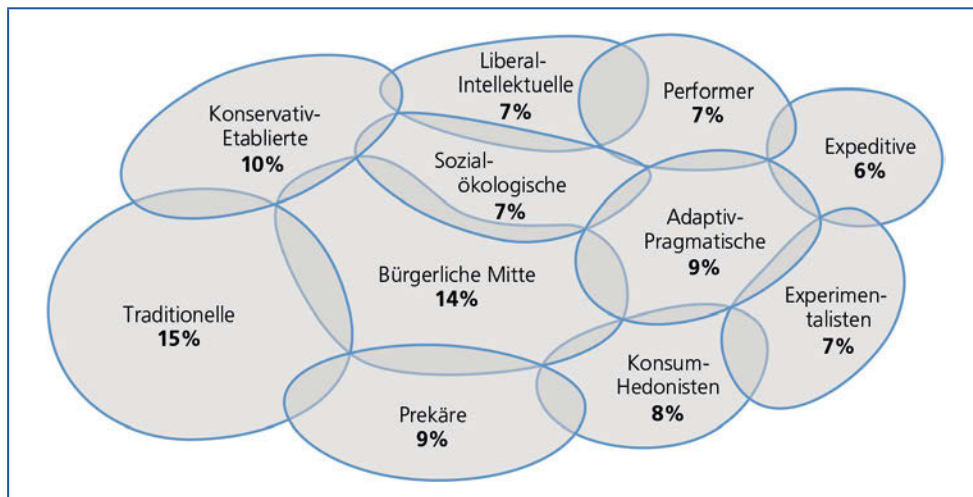
Als Orientierung für das Handbuch lässt sich der Milieubegriff wie folgt definieren bzw. zusammenfassen:

Milieus fassen „Gruppen Gleichgesinnter zusammen, die gemeinsame Werthaltungen und Mentalitäten aufweisen und auch die Art gemeinsam haben, ihre Beziehungen zu Mitmenschen einzurichten und ihre Umwelt in ähnlicher Weise zu sehen und zu gestalten“²².

Die Milieuforschung gruppiert Menschen also nicht ausschließlich anhand „harter“ bzw. „objektiver“ Fakten (wie beispielsweise Alter, Geschlecht, Einkommen), sondern auf Basis ihrer Grundeinstellungen, Werteorientierung, Lebensziele, Konsummuster, Lebensstile etc. Orientiert an der Lebensweltanalyse der Gesellschaft wurden die Sinus-Milieus in den letzten Jahren immer wieder regelmäßig aktualisiert, denn die Gesellschaft ist ständig in Bewegung, wandelt sich und damit auch die Milieustruktur. Die letzte Ak-

22 S. Hradil (2005): Soziale Ungleichheit in Deutschland, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 8. Auflage, S. 45

Abbildung 2: Die Sinus-Milieus und Milieusegmente

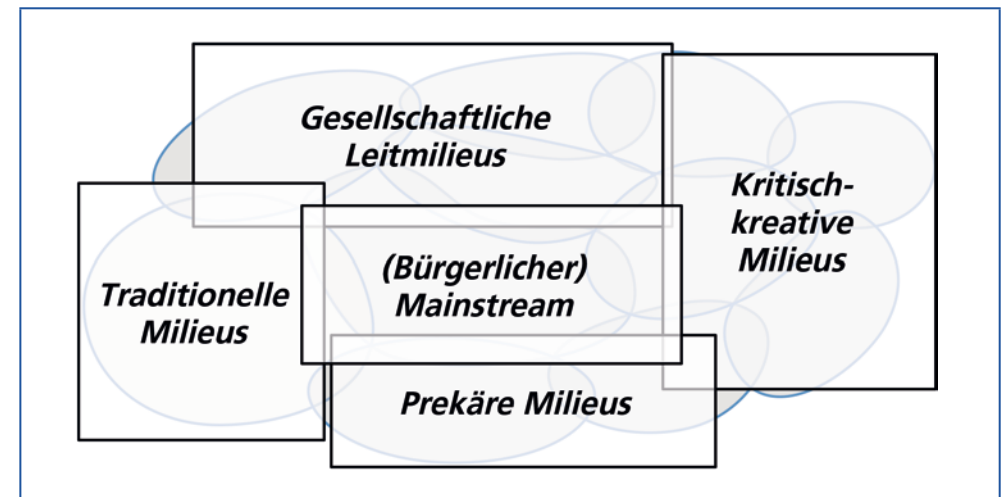


Quelle: vhw/Sinus Sociovision 2011

tualisierung der Sinus-Milieus erfolgte 2010 und soll dem Wandel der letzten Jahre Rechnung tragen. Der Wertewandel, demografische Verschiebungen, Globalisierung und Digitalisierung spiegeln sich in der veränderten Milieulandschaft wider (siehe Abbildung 1).

Dabei hat sich an der Darstellungsweise mit der sogenannten „Kartoffelgrafik“ nichts geändert. Die Positionierung der Milieus in der Gesellschaft erfolgt anhand der sozialen Lage (Abschnitte 1, 2 und 3) und der Grundorientierung (Abschnitte A, B und C). Und weiterhin gilt: Je höher ein Milieu in der Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe. Je weiter sich ein Milieu zur rechten Seite der Grafik erstreckt, desto moderner ist die Grundorientierung des Milieus.

Im Gegensatz zum alten Modell ist die Werteachse im neuen Modell weiter ausdifferenziert und es wurden unterschiedliche Modernisierungsphasen definiert (Abschnitte A, B und C). Allerdings wurden entsprechend der gesellschaftlichen Veränderungen Anpassungen mit Blick auf die Nomenklatur vorgenommen. Es gilt aber weiterhin: Die Namen der Milieus haben einen illustrativen Charakter und können die Lebenswelt nicht umfassend beschreiben. Auch das aktuelle Milieumodell besteht aus zehn Milieus. In den quantitativ großen Milieus der Traditionellen, der Bürgerlichen Mitte und



der Hedonisten kann allerdings bei Bedarf weiter differenziert werden. So lassen sich die Traditionellen weiter ausdifferenzieren in Traditionsverwurzelte und Traditionsbewusste. Bei der Bürgerlichen Mitte ist eine weitere Unterscheidung in Harmonieorientierte und Statusorientierte möglich. Das insgesamt recht große Milieu der Hedonisten lässt sich weiter unterteilen in Konsum-Hedonisten und Experimentalisten. An dieser Stelle möchten wir gerne darauf hinweisen, auf welche Art und Weise der vhw mit den Milieus arbeitet, also welche Unterscheidungen in der Arbeit mit den Milieus vorgenommen werden.

Die Sinus-Milieus als Werkzeug in der Arbeit des vhw

Die Gruppierung von Menschen mit ähnlichen Grundeinstellungen ist eine für viele Anwendungszwecke sinnvolle Reduktion von Komplexität. Im älteren Milieumodell des Sinus-Instituts wurde diese Komplexität weiter reduziert, indem das Milieumodell in Milieusegmente unterteilt wurde. Im aktuellen Milieumodell wird als Grobstruktur weiterhin mit Milieusegmenten gearbeitet. Gerade in der sozialen Lage, aber auch hinsichtlich der Einstellungen zu Partizipation und Engagement ähneln sich einige Milieus

stark, sodass in der Arbeit des vhw und im Kommunikationshandbuch bestimmte Milieus in Segmenten zusammengefasst wurden. Insgesamt sind so fünf Milieusegmente entstanden:

Die Gesellschaftlichen Leitmilieus

- Konservativ-Etablierte
- Liberal-Intellektuelle
- Performer

Die Kritisch-Kreativen

- Expeditiv
- Experimentalisten

Der (Bürgerliche) Mainstream

- Sozialökologische
- Bürgerliche Mitte
- Adaptiv-Pragmatische

Die Traditionellen

- umfassen ausschließlich die Traditionellen

Die Prekären Milieus

- Prekäre
- Konsum-Hedonisten

Die Betrachtung von Segmenten anstelle von einzelnen Milieus kann bei manchen Fragestellungen den Blick auf Kommunikation, Partizipation, Engagement und weitere Themen der Stadtentwicklung weiter vereinfachen. Oftmals stimmen mehrere Milieus in ihren Meinungen und Einstellungen zu bestimmten Themen überein und lassen sich zusammenfassen. Allerdings kann dies auch segmentübergreifend der Fall sein, wie manche Ähnlichkeiten zwischen Bürgerlicher Mitte und Traditionellen nahelegen.

Wie bei den Milieus gibt es auch bei den Milieusegmenten sogenannte „Unschärfelationen der Alltagswirklichkeit“²³. Das heißt, wie bei den einzelnen Milieus gibt es auch bei den Milieusegmenten fließende Übergänge und Berührungspunkte. So lassen sich beispielsweise Teile der Adaptiv-Pragmatischen und Performer zugleich auch

den Kritisch-Kreativen zuordnen. Das Milieumodell als Ganzes dient aber dennoch als tatsächlicher Bezugsrahmen und so werden Unterschiede zwischen den Milieus der einzelnen Segmente in den einzelnen Modulen herausgearbeitet. Auch mit Blick auf die Kommunikation stellen die einzelnen gebildeten Segmente folglich keine Kommunikationstypen dar, und auch hier werden Unterschiede innerhalb der Segmente bzw. zwischen den einzelnen Milieus herausgearbeitet.

Insbesondere die Unterscheidung des Hedonistischen Milieus in Konsum-Hedonisten und Experimentalisten erscheint im Kontext der Stadtentwicklung und damit der Themen Partizipation, Engagement oder Verhalten im Quartier sinnvoll. Die Milieus unterscheiden sich in dieser Hinsicht zum Teil stark und werden in den Analysen des vhw getrennt betrachtet.

Innerhalb der Prekären Milieus ist daher in der Arbeit mit dem Handbuch darauf zu achten, dass die Bezeichnung Prekäre Milieus also zwei Milieus umfasst: die Prekären und die Konsum-Hedonisten. Ist im Kommunikationshandbuch also die Rede von „Prekären Milieus“, so umfassen die Beschreibungen beide Milieus. Ist die Rede von „Prekären“, so bezieht sich die Beschreibung ausschließlich auf dieses eine Milieu. Zu beachten ist dabei auch, dass sich die Bezeichnung „Prekäre Milieus“ auf statusschwächere Milieus bezieht und die Prekären und die Konsum-Hedonisten unter diesem Gesichtspunkt in diesem Segment zusammengefasst wurden.

In der Zuordnung der Milieus zu den Milieusegmenten stellen die Sozialökologischen eine weitere Besonderheit dar: Aus dem Blickwinkel der sozialen Lage lassen sie sich tendenziell eher den Leitmilieus zuordnen. In einigen Einstellungsmustern (z.B. mit Blick auf die Familienorientierung), vor allem aber in ihrer objektiven Lebenssituation haben sie wiederum Ähnlichkeiten mit der Bürgerlichen Mitte. Das Milieu als solches haben wir deshalb dem Segment des (Bürgerlichen) Mainstreams zugeordnet, ohne die Unterschiede zu vernachlässigen.

²³ Sinus-Institut: <http://www.sinus-institut.de/>

3 Milieuportraits

Das Ziel dieses Moduls ist es, ein grundsätzliches Verständnis für die Milieus zu schaffen. Einleitend werden dazu im Folgenden zunächst die Milieusegmente zusammengefasst: Wie setzen sich diese zusammen, welche Milieus zählen wir zu den einzelnen Segmenten und was zeichnet sie aus, welche Gemeinsamkeiten haben sie?

Besonders im Hinblick auf die einzelnen Milieus verengt sich der Blick hier auf die Soziodemografie und die Lebenswelt der einzelnen Milieus. Auf diese Weise wird jedes Milieu anhand soziodemografischer Aspekte und deren Lebenswelten vorgestellt und bildet damit die Basis für anschließende Betrachtungen von Kommunikation, Partizipation, Engagement und weiteren Themen der Stadtentwicklung.

Gesellschaftliche Leitmilieus

Zu den Gesellschaftlichen Leitmilieus zählen wir drei Milieus: die Konservativ-Etablierten, die Liberal-Intellektuellen und die Performer. An der Position der Milieus in der

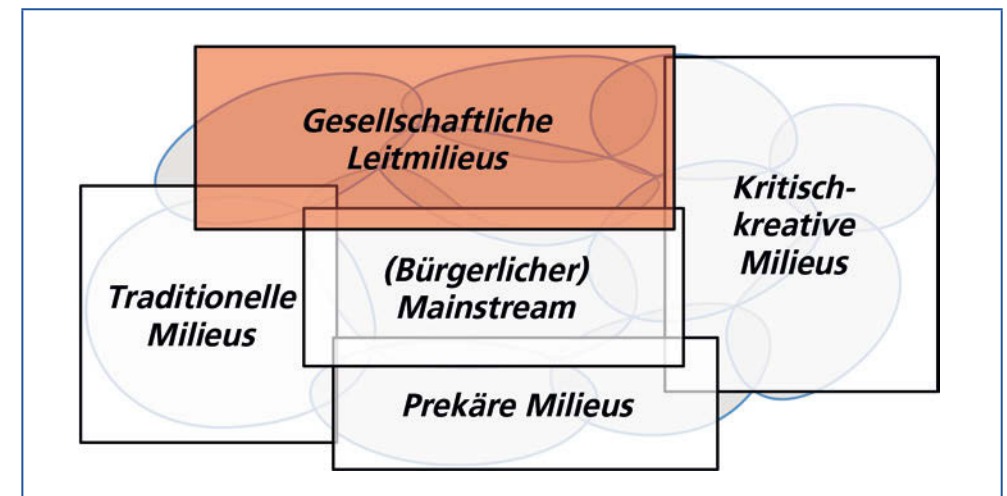
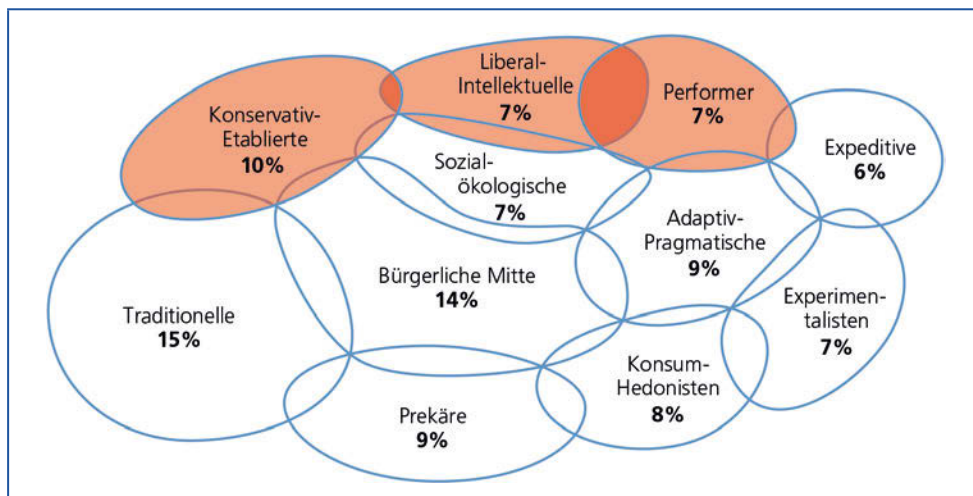
Grafik lässt sich bereits deren sozialer Status ablesen: Sie befinden sich hier im oberen Bereich. Das heißt, dass sie mit Blick auf ihre wirtschaftliche Situation gegenüber anderen Milieus (wie beispielsweise den Prekären oder den Konsum-Hedonisten) besonders gut gestellt sind. Sie verfügen überdurchschnittlich oft über ein (zum Teil sehr) hohes Haushaltsnettoeinkommen.

Auch mit Blick auf ihre Bildung heben sie sich deutlich von anderen Milieus ab, denn ihre Bildung ist oft ausgesprochen gut und hat in ihrer Lebenswelt eine große Bedeutung. Bildung kann hier auch als Statussymbol verstanden werden (zum Teil auch nach dem Motto: „Wissen ist Macht“). Ähnliches gilt für ihren beruflichen Status und dessen Bedeutung. Ihr Beruf ist ihnen sehr wichtig, über ihn identifizieren sie sich oft stark. Sie sind zudem außerordentlich aufstiegs- bzw. karriereorientiert und sind dementsprechend häufig in Führungspositionen zu finden.

Allerdings offenbart ein Blick auf die Berufskreise, in denen sich diese Milieus bewegen, einige Unterschiede: Liberal-Intellektuelle und Performer sind überdurchschnittlich oft in kreativen und künstlerischen Berufen zu finden, für die Konservativ-Etablierten gilt genau das Gegenteil: Gerade in künstlerischen Berufskreisen findet man sie eher selten.²⁴

²⁴ Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III

Abbildung 3: Die Leitmilieus



Quelle: vhw/Sinus-Institut Heidelberg, 2011

Auch in der Altersstruktur unterscheiden sich die drei Milieus. Die Performer zählen unter den Leitmilieus zum jüngsten Milieu. Entsprechend können sich die Lebensphasen der Milieus unterscheiden. Während Konservativ-Etablierten beispielsweise zum Großteil schon Kinder haben (74,2 Prozent), fällt der Anteil der Performer, die bereits eigene Kinder haben, mit einem Unterschied von 15 Prozent deutlich geringer aus.²⁵ Daraus lässt sich auf unterschiedliche Bedürfnisse und Ansprüche in bestimmten Lebensbereichen (beispielsweise Wohnen und Wohnumfeld) schließen.

Auch die vertikale Position der Milieus in der Grafik lässt Rückschlüsse auf Unterschiede bezüglich der Werteorientierung zwischen den Milieus zu: Während Konservativ-Etablierten eine Ausrichtung an eher traditionellen Werten bewahren, zeichnen sich Performer durch moderne Wertemuster aus wie Multioptionalität und Selbstverwirklichung.

Im Folgenden werden die Milieus einzeln einer genaueren Betrachtung unterzogen. Dabei konzentrieren wir uns zunächst ausschließlich auf deren Soziodemografie und Lebenswelt und Alltagsleben mit dem Ziel, einen ersten Eindruck zu vermitteln, „wer“ diese Milieus sind, mit wem wir es bei den einzelnen Milieus zu tun haben.

²⁵ Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III; bei den Performern geben 59,2 Prozent an, bereits eigene Kinder zu haben, bei den Liberal-Intellektuellen sind es 72,5 Prozent.

Konservativ-Etablierte

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 4: Konservativ-Etablierte – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	10 % – 7,06 Mio.
Geschlechterverhältnis	50,9 % Männer, 49,1 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Der Altersschwerpunkt der Konservativ-Etablierten liegt bei den 45- bis 64-Jährigen. Damit gehören sie zu den älteren Milieus. Der Anteil derjenigen, die jünger als 30 Jahre sind, liegt bei 14,2 Prozent und die Altersgruppen der 14- bis 17- und der 18- bis 29-Jährigen sind hier im Vergleich zu anderen Milieus stark unterrepräsentiert (Ab-

bildung 4).²⁶ In ihrer Altersstruktur ähneln die Konservativ-Etablierten dem Prekären Milieu. Allerdings unterscheiden sich die beiden Milieus in anderen Aspekten wie z. B. Einkommen und Bildung stark voneinander.

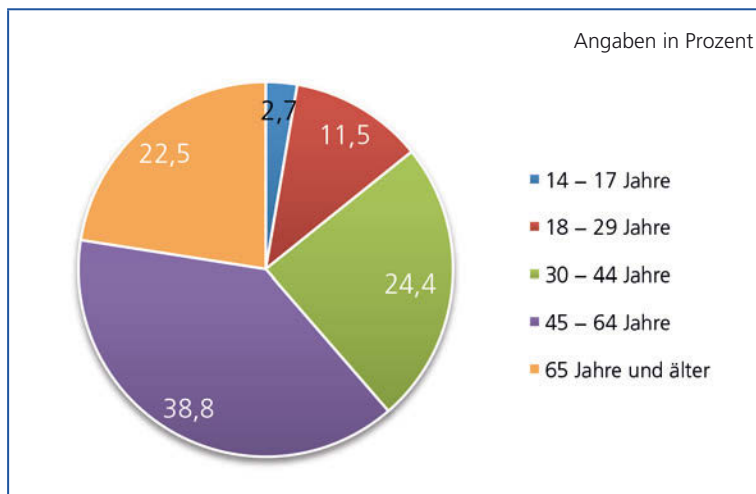
Der Anteil an Migranten fällt im Milieu der Konservativ-Etablierten geringer aus – die Gruppe jener Menschen mit Migrationshintergrund ist mit einem Anteil von 11 Prozent in diesem Milieu unterdurchschnittlich vertreten (siehe Abbildung 6).²⁷

In Bezug auf Bildung fallen Konservativ-Etablierte durch eine (sehr) gute Bildung auf: 44,4 Prozent der Konservativ-Etablierten verfügen über einen Schulabschluss, der ein anschließendes (Fach-)Hochschulstudium ermöglicht; damit ist die (Fach-)Hochschulreife in diesem Milieu deutlich überrepräsentiert. Zudem haben 27,7 Prozent der Konservativ-Etablierten ihre Ausbildung mit einem Studium abgeschlossen; somit sind Studienabschlüsse in diesem Milieu ebenfalls deutlich häufiger anzutreffen als beispielsweise in den Milieus des Bürgerlichen Mainstreams oder den Prekären Milieus. Insgesamt 35,9 Prozent haben die Schule mit einem Realschulabschluss abgeschlossen, ein knappes

²⁶ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

²⁷ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 5: Konservativ-Etablierte – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

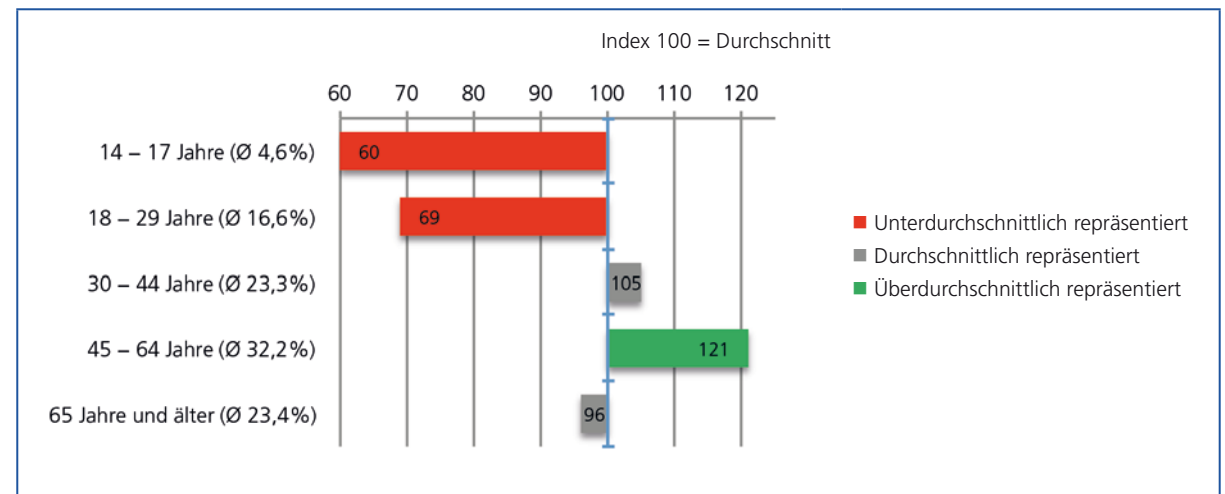
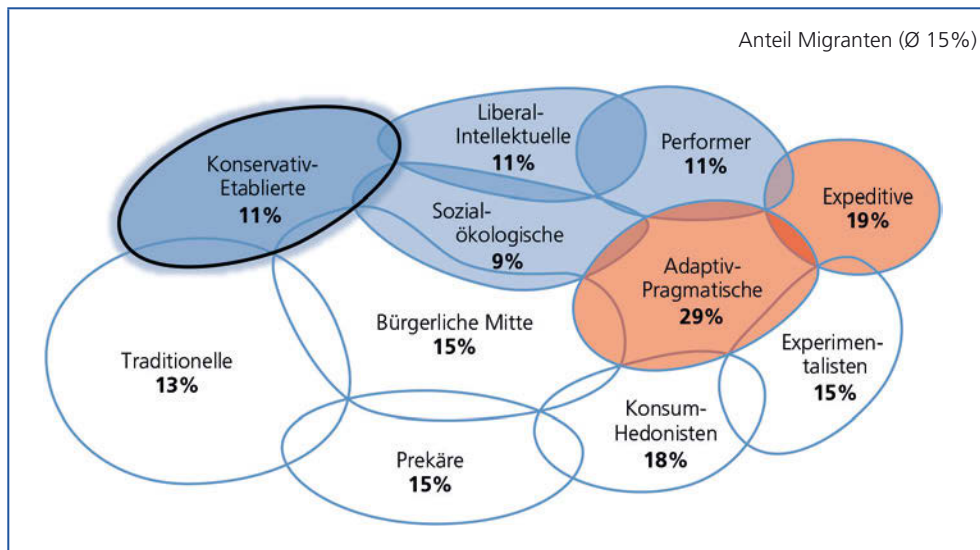


Abbildung 6: Konservativ-Etablierte – Anteil Migranten

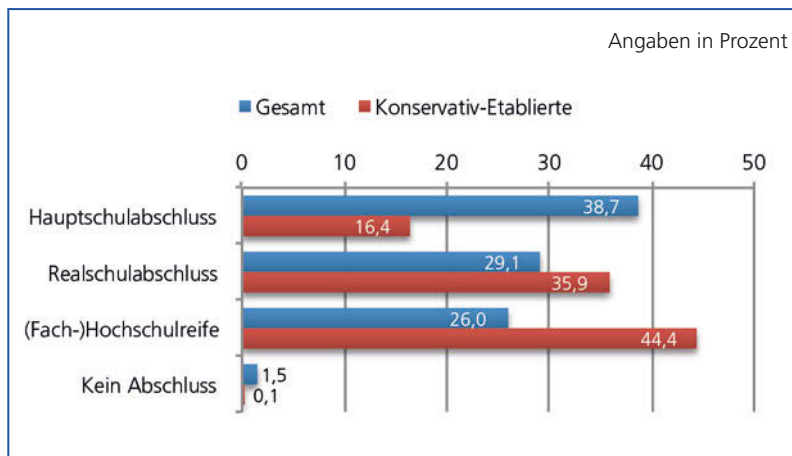
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Drittel mit dem Hauptschulabschluss.²⁸ Ein verschwindend geringer Anteil verfügt über keinen Abschluss. Insgesamt haben 1,5 Prozent der Befragten angegeben, keinen Abschluss zu haben, bei den Konservativ-Etablierten sind es nur 0,1 Prozent.

Der größere Teil der Konservativ-Etablierten ist mit 56,6 Prozent berufstätig. Der Anteil fällt im Vergleich zu den anderen beiden Gesellschaftlichen Leitmilieus geringer aus, liegt aber dennoch 1,8 Prozentpunkte über dem Durchschnitt. Demgegenüber ist der Anteil an Rentnern bzw. Pensionären im Vergleich zu den anderen Milieus dieses Segments recht hoch: Unter den Konservativ-Etablierten sind 26,2 Prozent Rentner bzw. Pensionäre (der Durchschnitt liegt bei 27 Prozent). Zum Vergleich: Bei den Liberal-Intellektuellen sind es 15,8 Prozent, bei den Performern 10,2 Prozent.

Konservativ-Etablierten sind überdurchschnittlich oft in höheren beruflichen Positionen zu finden. So geben beispielsweise 10,8 Prozent an, als leitende Angestellte bzw. höhere Beamte tätig zu sein (oder gewesen zu sein). Das ist im Vergleich zu einem Durchschnitt von 5,2 Prozent ein überdurchschnittlich hoher Anteil. Ähnlich verhält es sich mit den qualifizierten bzw. mittleren Angestellten: Im Durchschnitt sind 29,2 Prozent in solchen Positionen tätig, bei den Konservativ-Etablierten beläuft sich dieser Anteil auf

28 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Filter: ohne Schüler bis Klasse 13

Abbildung 7: Konservativ-Etablierte – Schulabschluss

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

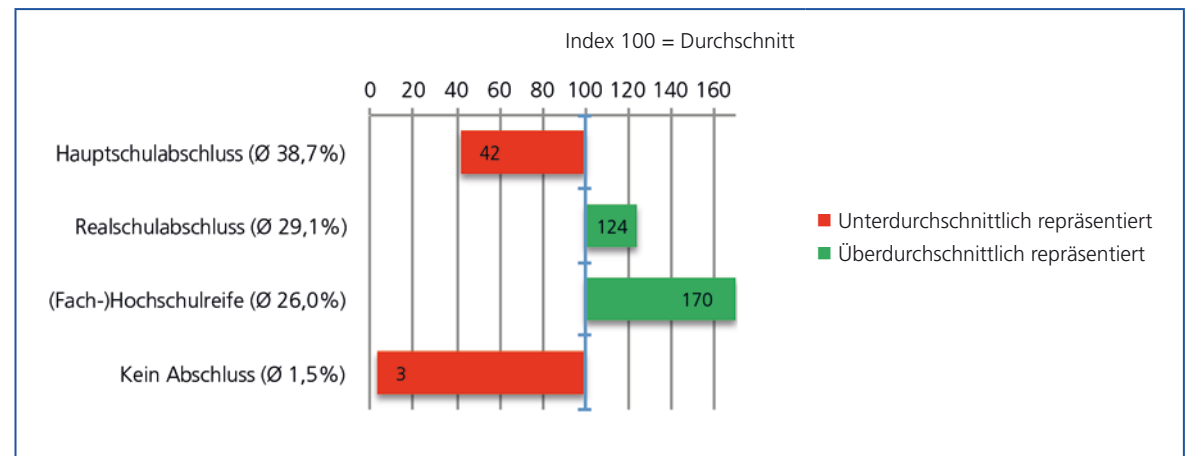
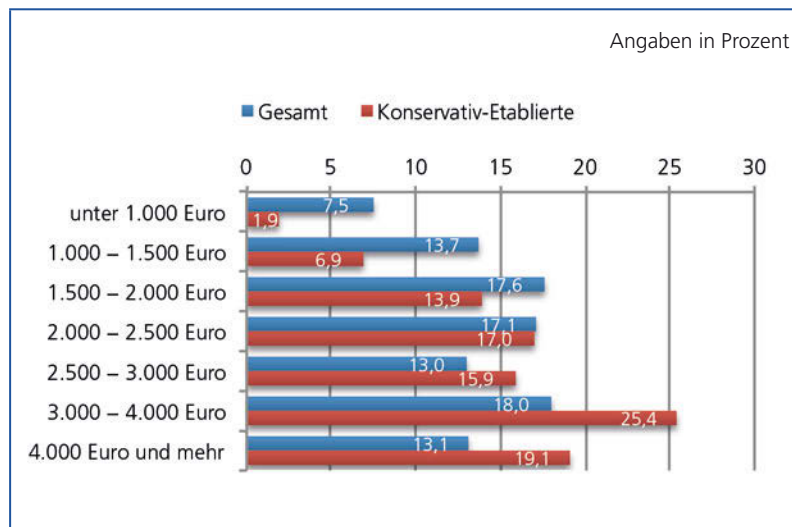


Abbildung 8: Konservativ-Etablierte – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

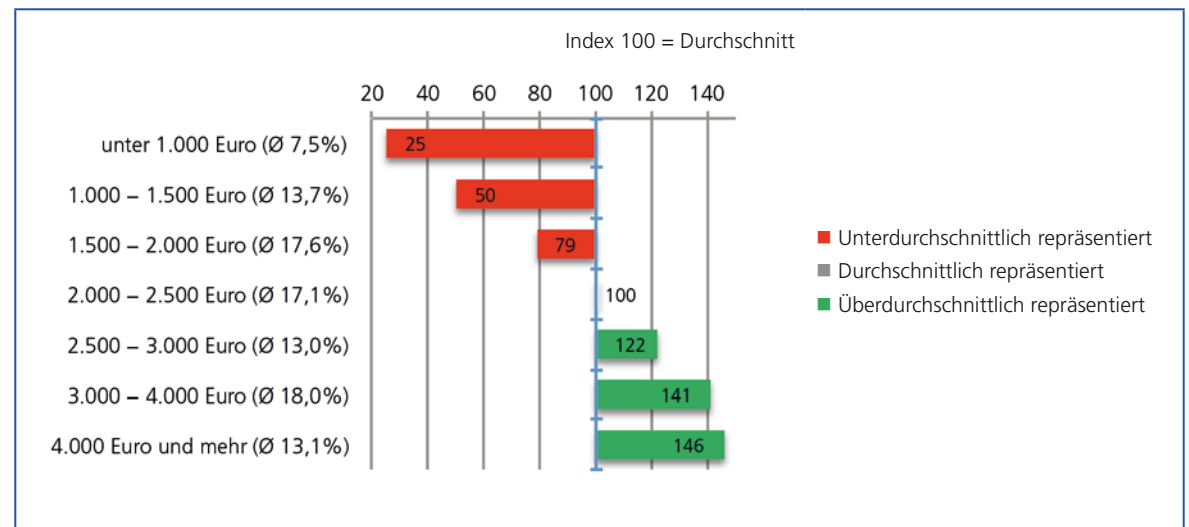
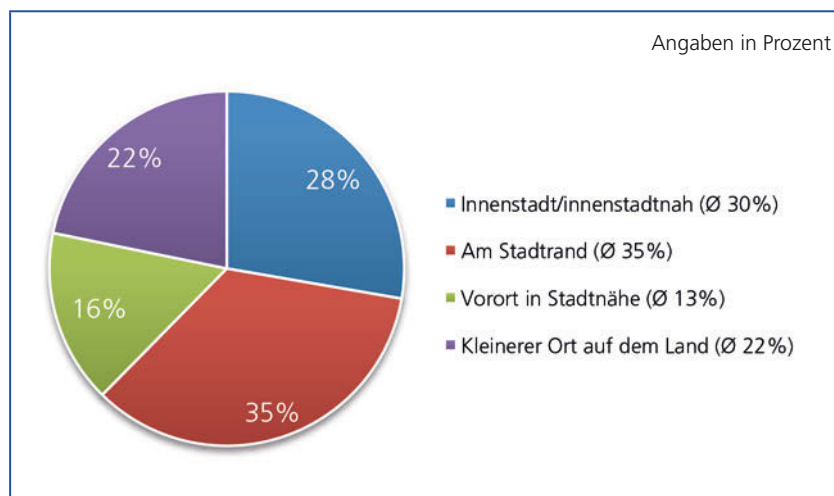
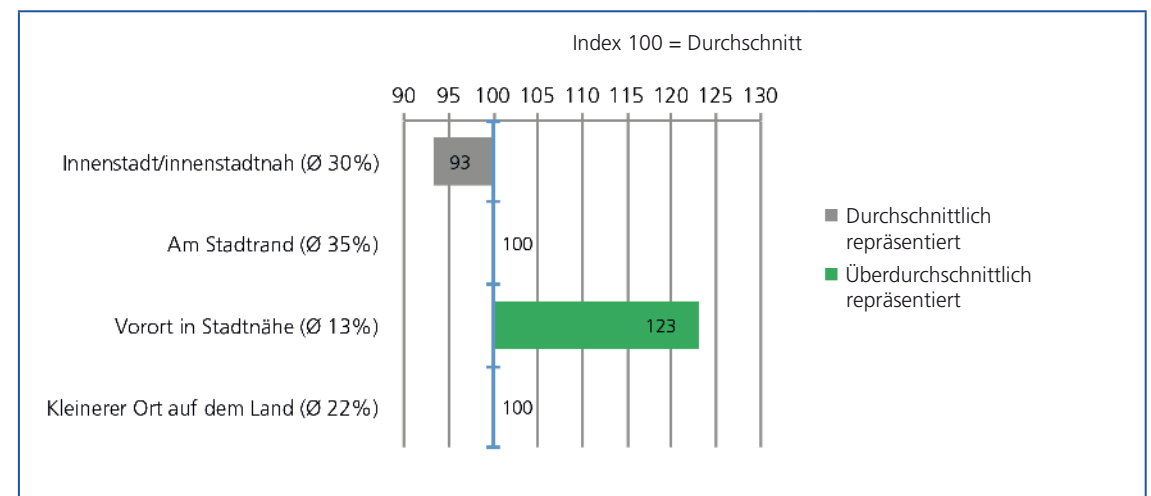


Abbildung 9: Konservativ-Etablierte – Derzeitiger Wohnort



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

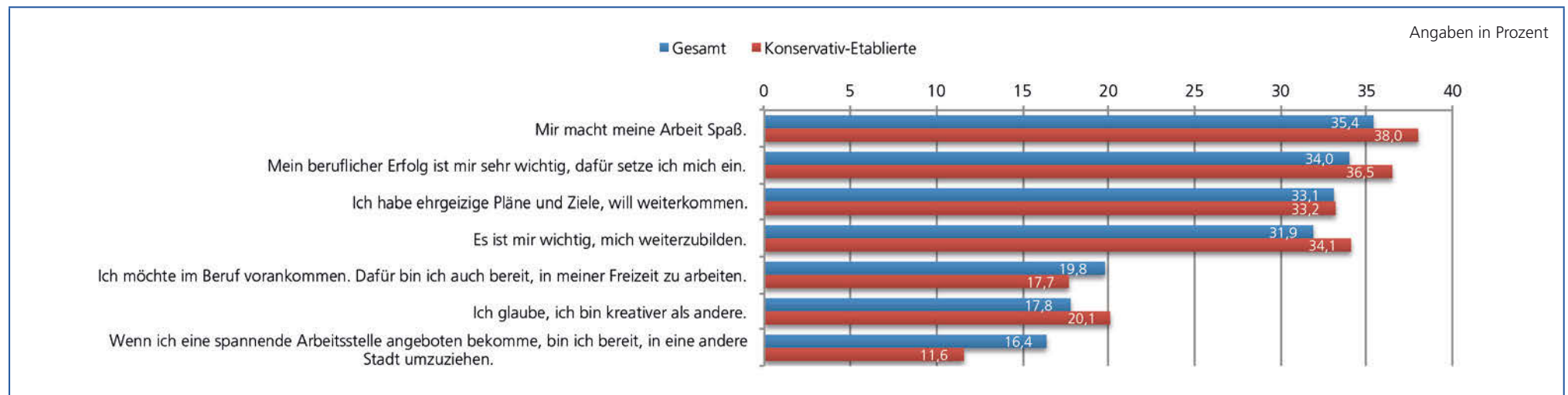




Das klassische Establishment: Verantwortungs- und Erfolgsethik, Exklusivitäts- und Führungsanspruch versus Tendenz zu Rückzug und Abgrenzung.

(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 10: Konservativ-Etablierte – Aufstiegsorientierung



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

38,9 Prozent. Sie sind zudem oft in selbstständigen bzw. freien Berufen zu finden sowie vergleichsweise oft in den Bereichen der Forschung und Lehre, aber auch in Berufen mit kreativer bzw. künstlerischer Ausrichtung.²⁹

Die oftmals ausgezeichnete Ausbildung und der hohe berufliche Status spiegeln sich in der häufig ausgesprochen guten finanziellen Situation der Konservativ-Etablierten wider: Die oberen Einkommensklassen sind überrepräsentiert und knapp 60,4 Prozent verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro. Die unteren Einkommensklassen sind hingegen zum Teil stark unterrepräsentiert: 8,8 Prozent der Konservativ-Etablierten stehen weniger als 1.500 Euro monatliches Haushaltsnettoeinkommen zur Verfügung (zum Vergleich: Bei den Prekären stehen 40,4 Prozent weniger als 1.500 Euro monatlich zur Verfügung). Entsprechend gut bzw. sehr gut schätzen sie auch selber die wirtschaftliche Situation ihres Haushalts ein.³⁰

²⁹ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

³⁰ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle; 49,9 Prozent der Konservativ-Etablierten vergibt die Note 1 bzw. 2 bei der Einschätzung der wirtschaftlichen Lage des eigenen Haushalts; im Durchschnitt vergeben 35,2 Prozent die Note 1 bzw. 2; Frage: „Und wie sehen Sie die momentane wirtschaftliche Situation Ihres eigenen Haushalts?“; Antworten auf einer Notenskala von 1 bis 6 (1 = sehr gut; 6 = ungenügend); Zusammenfassung Noten 1 und 2.

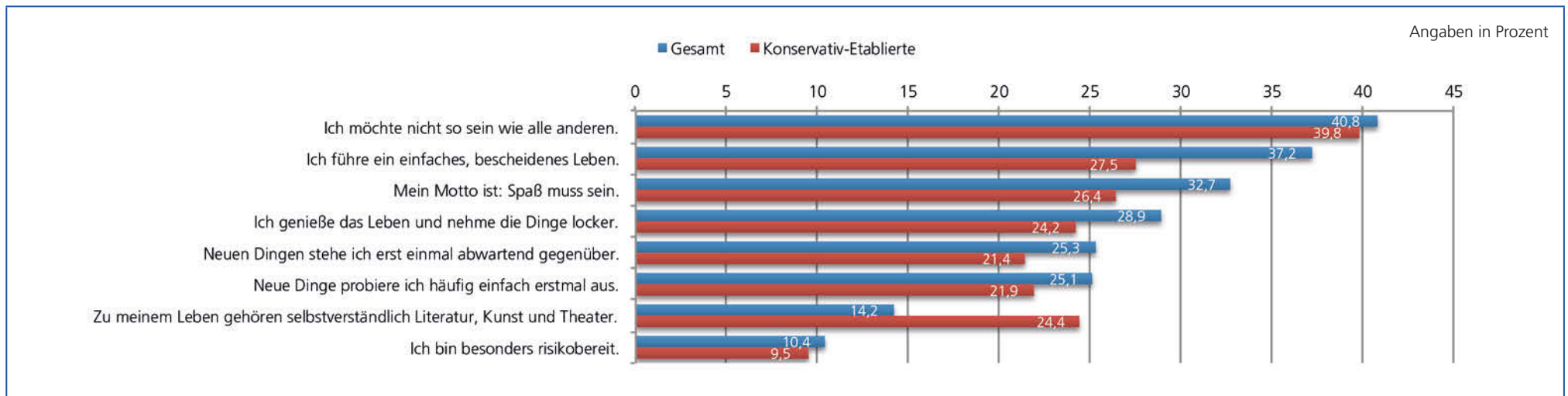
Die meisten der Konservativ-Etablierten sind verheiratet (62,2 Prozent), der Anteil derjenigen, die in Singlehaushalten leben, fällt mit 20,1 Prozent vergleichsweise gering aus (im Durchschnitt leben 22,4 Prozent in Singlehaushalten). 30,3 Prozent leben in Mehrpersonenhaushalten, in denen auch Kinder leben, die jünger sind als 18 Jahre. Dabei handelt es sich mit recht hoher Wahrscheinlichkeit um die eigenen Kinder, denn 68,2 Prozent der Konservativ-Etablierten geben an, eigene Kinder zu haben.³¹

Zwar lebt mit 35 Prozent ein großer Teil der Konservativ-Etablierten am Stadtrand, jedoch verdeutlicht die Betrachtung der Daten im Vergleich zu den Durchschnittswerten, dass dieses Milieu eine besondere Präferenz für Vororte in Stadtnähe zu haben scheint.

Die Konservativ-Etablierten sind ein humanistisch geprägtes, bürgerliches und klar an konservativen Werten orientiertes Milieu. Konservativ meint hier nicht typischerweise traditionelle Werte wie zum Beispiel Ordnung und Sauberkeit. Gemeint sind hier Werte wie Seriosität, Verantwortung, Zuverlässigkeit und Ehrbarkeit.

Sie wissen, dass eben diese Werte sie weit gebracht haben im Leben und sie persönlich vieles erreicht haben. Allerdings haben sie auch nicht mehr das Gefühl, vorneweg

³¹ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 11: Konservativ-Etablierte – Einstellungen zum Leben

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

rennen und wie die Performer den „Platzhirsch“ geben zu müssen. Viel wichtiger ist ihnen, dass sie das bewahren, was sie geschaffen haben. Dazu zählen auch Werte im weitesten Sinne, welche nicht unbedingt materieller Art sein müssen. Wichtig ist ihnen auch der Zusammenhalt der Gesellschaft, das Verhindern von Regel- und Zügellosigkeit, das Vergessen all der Dinge, die sich durch den gesunden Menschenverstand und die Lebenserfahrung erklären lassen. Beispielhaft kann hier die Schuldenwirtschaft genannt werden, auf die Konservativ-Etablierte mit Aussprüchen wie „Das kann nicht gut gehen, das weiß man doch!“ reagieren. Für sie gibt es zentrale Werte, die nicht aufgegeben werden dürfen, wenn man nicht den Abstieg der Gesellschaft sowie der Wirtschaft riskieren will. Seriosität ist ihnen wichtig, und dazu können sie Werte wie Vernunft, Kultur und Bildung, Regeln und Orientierung zählen.

Im Gegensatz dazu und wenig überraschend hassen die Konservativ-Etablierten geradezu die oberflächlichen Verwirrungen der Spaßgesellschaft. Deutlich erkennbar sind diese Verwirrungen für sie an den Medien und an den (aus ihrer Sicht) fast extremistischen Sonderkulturen. In diesem Zusammenhang verachten sie auch den herrschenden Opportunismus gegenüber eben diesen Tendenzen der Gegenwart und der kurzfristi-

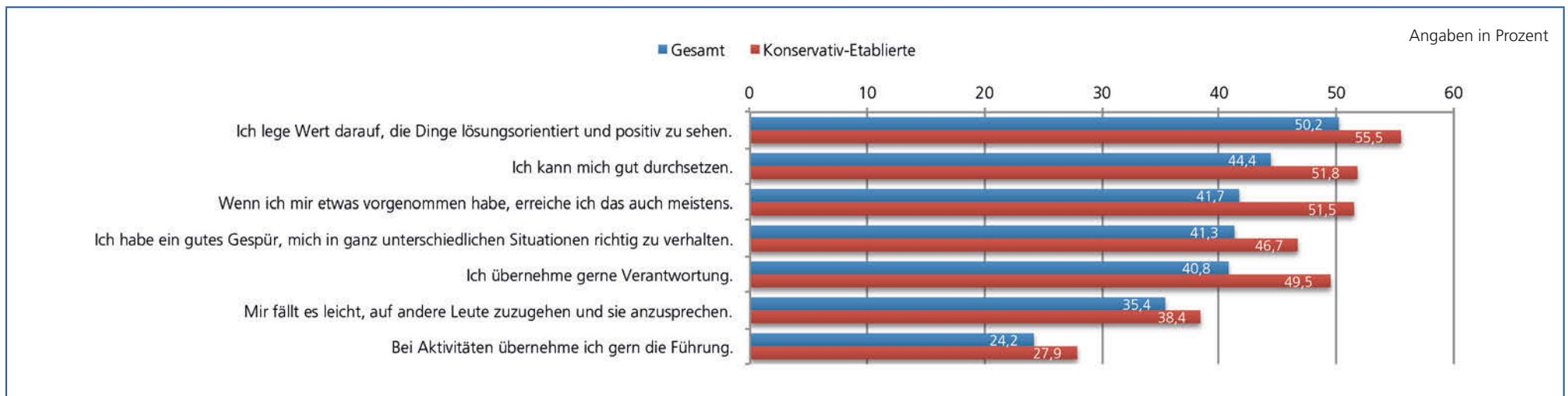
gen persönlichen Erfolgsoptimierung, die sie immer wieder bei den Entscheidungsträgern aus Politik und Wirtschaft beobachten müssen.

Bei aller Kritik an der Gegenwart stehen sie aber dem Fortschritt bei Weitem nicht ungeschlossen gegenüber. Fortschritt muss eine Chance haben, er muss ermöglicht und genutzt werden! Technik ist in ihrem Grundsatz gut und kann eine gute Stütze bei der Problembewältigung sein, auch wenn viele (vor allem Ältere) da nicht mehr mithalten können und wollen.

Die Konservativ-Etablierten sind ein sehr bildungsaffines Milieu. Bildung hat für sie einen hohen Stellenwert. Bildung und auch kulturelles Interesse verfeinern aus ihrer Sicht den Charakter eines Menschen.

Sie tragen und übernehmen gerne Verantwortung, im Gegenzug erwarten sie auch, dass andere Verantwortung übernehmen und dieses Thema als ebenso wichtig und zentral ansehen. Dahinter verbirgt sich der Gedanke, dass letztendlich jeder für sich selber und das verantwortlich ist, was sein Verhalten für die Gemeinschaft bedeutet. Dazu paart sich die Auffassung, dass jeder für sich selber Sorge zu tragen hat. Dabei ist es normal und unumgänglich (ja sogar richtig), dass es zwischen den Menschen

Abbildung 12: Konservativ-Etablierte – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

große Unterschiede gibt. Leistung und Erfolg führen zu genau diesen Unterschieden; und wer es zu was bringen will, muss sich eben dafür einsetzen. Sie sind aber auch der Auffassung, dass Menschen guten Willens, die unverschuldet in Not geraten, Hilfe bekommen müssen. Dass dies so ist, schätzen sie an Deutschland sehr. Gegenüber Menschen, die mit diesem Argument die Gesellschaft ausnutzen, empfinden sie hingegen eine tiefe Verachtung.

Hierarchie ist in diesem Milieu völlig normal und natürlich. Jeder hat seinen Platz, und das gilt im Berufsleben ebenso wie in der Familie, Wirtschaft, Gesellschaft.

Das Milieu lebt zum großen Teil in einem Umfeld derer, die die Mitte ihres Lebens überschritten haben. Unter anderem ist aus diesem Grund ihre Beziehung zur Welt der Jungen schwach, aber auch deshalb, weil ihre Welt schlicht nicht jugendlich ist und auch nicht unvernünftig, experimentell, spontan oder gedankenlos. Sie leben in einem Umfeld, das genauso kontrolliert ist wie sie selbst. Sie bleiben lieber unter sich, bei Menschen, die gleiche Werte vertreten.

Die Arbeitswelt ist hier ein wesentlicher Bestandteil des Umfelds. Hier haben sie viele Kontakte, hier verbringen sie viel Zeit, und natürlich ist dieses Umfeld auch ein Stück

echtes Leben. Menschen im Arbeitsleben werden jedoch selten zu Freunden. Anders als bei den Performern legt dieses Milieu Wert auf eine strikte Trennung von Arbeits- und Privatleben und wahrt in letzterem grundsätzlich eine professionelle Distanz.

Die Familie hat eine große Bedeutung, denn sie ist ein wichtiger Rückzugsort, an dem man die öffentliche Existenz ruhen lassen kann. Dabei ist es ihnen sehr wichtig, dass die Außenwelt das Richtige über sie und ihre Familie denkt. Es geht nicht darum, eine Fassade aufzubauen und so zu tun als ob, sondern darum, seine Zielvorstellungen für das persönliche Leben tatsächlich zu realisieren. Es kann deshalb durchaus eine Katastrophe für das Selbst- wie das gewünschte Fremdbild sein, wenn sich dieser Anspruch als nicht erfüllbar herausstellt. Scheidungen sind beispielsweise etwas, das es nicht geben sollte und als persönliches Scheitern interpretiert wird (bei sich wie auch bei anderen).

Aus dem Leben gegriffen: Benefizkonzerte – oder helfen frei nach dem Motto „Tu’ Gutes und sprich darüber“?

Benefizkonzerte gibt es viele; das wohl berühmteste ist das von verschiedenen Künstlern (vorneweg Bob Geldof und Bono von U2) organisierte und veranstaltete „Life 8“-Kon-



Website der Staatsoper Unter den Linden Berlin

Bildquelle: Screenshot http://www.staatsoper-berlin.de/de_DE/calendar/9226067 [09.03.2012]

Website der Münchener Philharmoniker

Screenshot <http://www.mphil.de/de/konzerte-karten/?m=3&tempdatum=2012-03-11> [09.03.2012]

zert. Diese Massenveranstaltungen dürften den Konservativ-Etablierten mitunter jedoch nicht gefallen, sie sind zu sehr auf „alle“ angelegt. Konservativ-Etablierte mögen es da schon etwas exklusiver, anspruchsvoller, geschmackvoller und stilvoller. Ein Benefizkonzert der Staatsoper Berlin zugunsten der Klimaschutzstiftung Naturton oder der Münchener Philharmoniker für Kinder in Fukushima dürfte eher ihrem Duktus entsprechen. Diese Art von Veranstaltungen wird dem Bedürfnis danach, unter sich und seinesgleichen zu sein, gerecht und unterstreicht das Gefühl von „Entre Nous“. Man trifft sich gemeinsam zu Kunst und Kultur, hört ein schönes Konzert, genießt die Atmosphäre ge-

meinsam mit Leuten, die das genauso zu schätzen wissen, und tut gleichzeitig auch noch etwas für den guten Zweck. Das ist ihre Art und Weise, für bestimmte Dinge, die nicht so nah an ihnen dran sind, Verantwortung zu übernehmen. Zudem bieten diese Veranstaltungen ebenso die Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen, über das Konzert und den Zweck des Konzerts zu unterhalten.



© T. Lannuzel

Liberal-Intellektuelle

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 13: Liberal-Intellektuelle – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

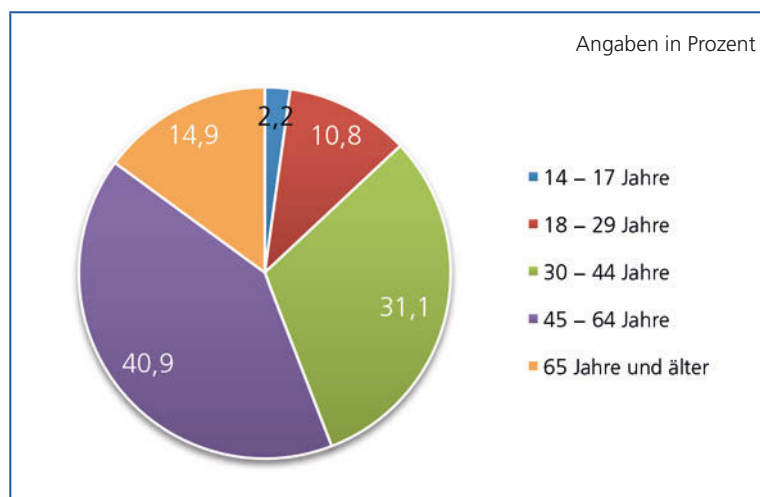
Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	7 % – 4,92 Mio.
Geschlechterverhältnis	48,8 % Männer, 51,2 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Der weitaus größte Teil des Liberal-Intellektuellen Milieus (72 Prozent) befindet sich in den besten Jahren zwischen 30 und 64. Nur wenige sind jünger als 30 und auch der Anteil derer über 64-Jährigen ist unterrepräsentiert.³²

³² Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II

Abbildung 14: Liberal-Intellektuelle – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Mit 11 Prozent sind Migranten in diesem Milieu im Vergleich zum Durchschnitt ebenfalls unterrepräsentiert.³³

Sie haben eine ausgesprochen gute Bildung: 44,1 Prozent verfügen über eine (Fach-) Hochschulreife, 29,9 Prozent über einen Realschulabschluss. Hauptschulabschlüsse sind folglich stark unterrepräsentiert.³⁴ Sie sind mit 69,5 Prozent überdurchschnittlich oft berufstätig und in leitenden Positionen zu finden, und das oft in „Schreibtisch- bzw. Kopfarbeiterberufen“. Überdurchschnittlich oft arbeiten sie in Bereichen wie Marketing, Werbung, PR und in Unternehmensberatungen. Das berufliche Leben ist ohne Zweifel von sehr großer Bedeutung – Liberal-Intellektuelle brauchen eine Arbeit, die Sinn macht, die Spaß macht, in der man sich gerne engagiert, die einem Gestaltungsspielräume lässt und die man auch gerne nach außen vertritt.

Die oft guten beruflichen Positionen spiegeln sich in der Einkommensstruktur des Milieus wider: 50,6 Prozent der Liberal-Intellektuellen verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro. Niedrige Haushaltsnettoeinkommen sind zum Teil stark unterrepräsentiert. Nur 3,7 Prozent der Liberal-Intellektuellen ver-

³³ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

³⁴ Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III; Filter: ohne Schüler bis Klasse 13

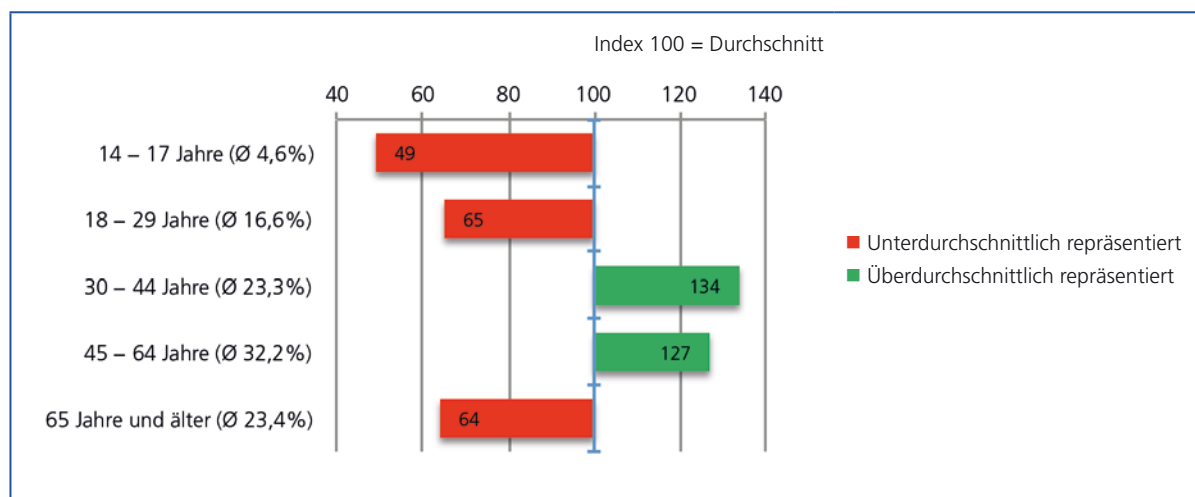
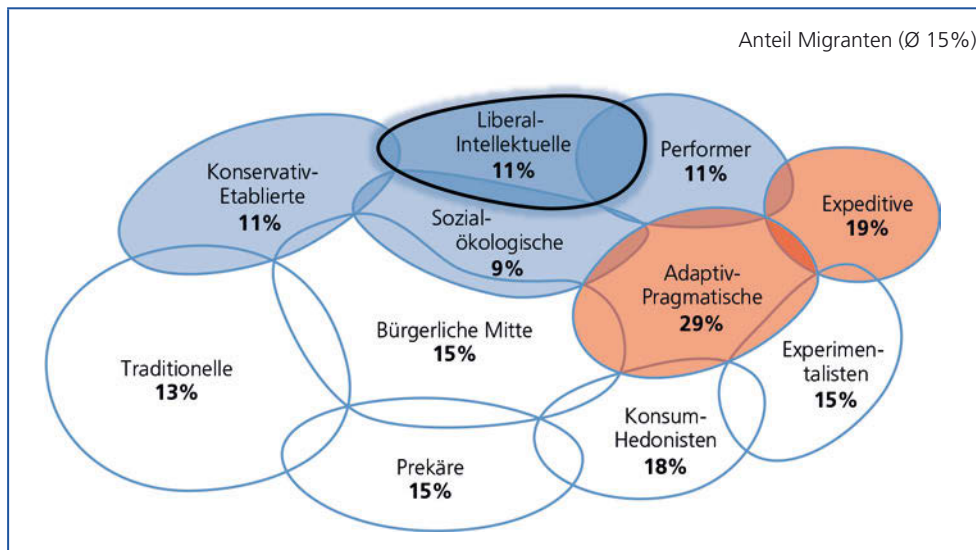


Abbildung 15: Liberal-Intellektuelle – Anteil Migranten


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

fügen über weniger als 1.000 Euro im Monat (im Durchschnitt sind es 7,5 Prozent).³⁵ Entsprechend bewerten sie ihre eigene wirtschaftliche Situation überdurchschnittlich oft als gut bzw. sehr gut (56,4 Prozent; der Durchschnitt liegt hier bei 35,2 Prozent).³⁶

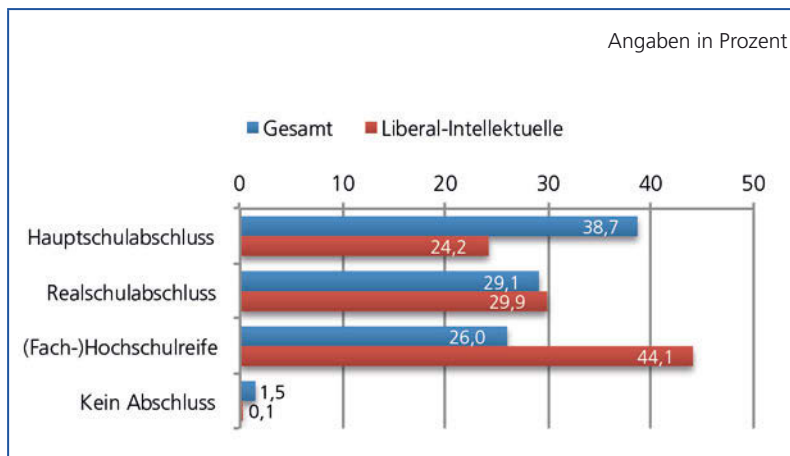
Mit Blick auf die Haushaltsstruktur überwiegen innerhalb dieses Milieus mit 34,9 Prozent die Mehrpersonenhaushalte mit Kindern unter 18 Jahren. Deutlich überrepräsentiert sind hier besonders Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren (in 25,5 Prozent der Liberal-Intellektuellen-Haushalte leben Kinder unter 14 Jahre, im Durchschnitt sind es 20,9 Prozent). Ein Großteil der Liberal-Intellektuellen ist verheiratet (63,7 Prozent) und hat (eigene) Kinder (67,7 Prozent).³⁷ Demgegenüber steht mit 16,7 Prozent ein vergleichsweise kleiner Anteil an Singlehaushalten (im Durchschnitt leben 22,4 Prozent der Befragten in Singlehaushalten).

Mit Blick auf den derzeitigen Wohnort ist bei den Liberal-Intellektuellen keine klare Präferenz zu erkennen: Der größere Teil lebt vornehmlich am Stadtrand, die wenigsten in

³⁵ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

³⁶ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle; Frage: „Und wie sehen Sie die momentane wirtschaftliche Situation Ihres eigenen Haushalts?“; Antworten auf einer Notenskala von 1 bis 6 (1 = sehr gut; 6 = ungenügend); Zusammenfassung Noten 1 und 2

³⁷ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 16: Liberal-Intellektuelle – Schulabschluss


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

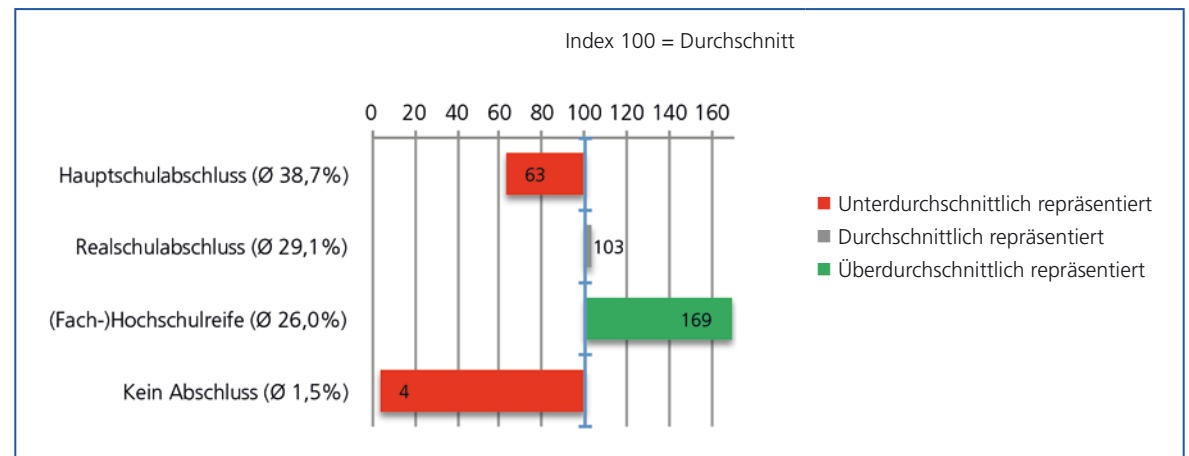
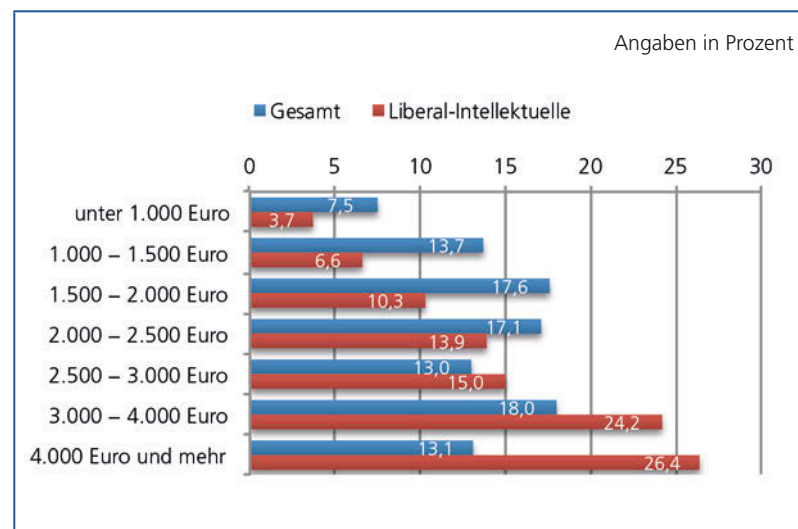


Abbildung 17: Liberal-Intellektuelle – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

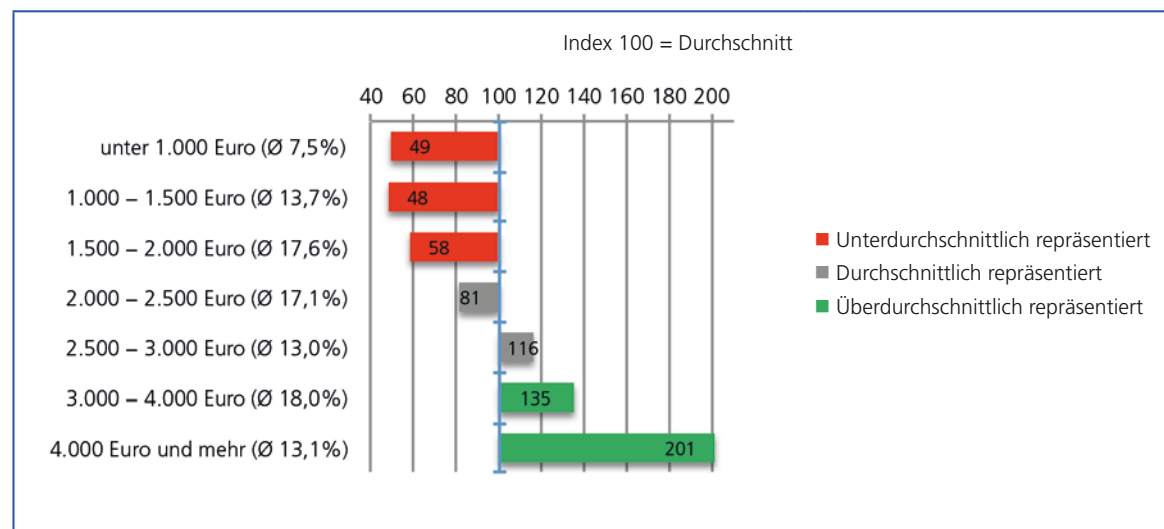
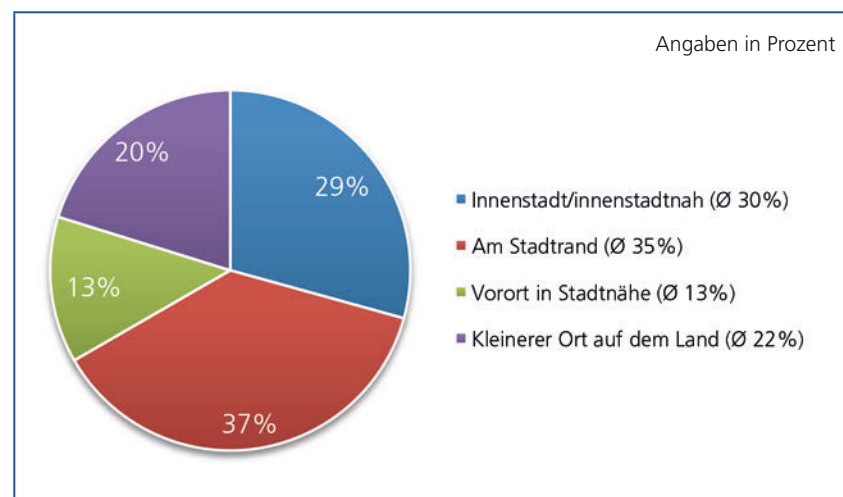
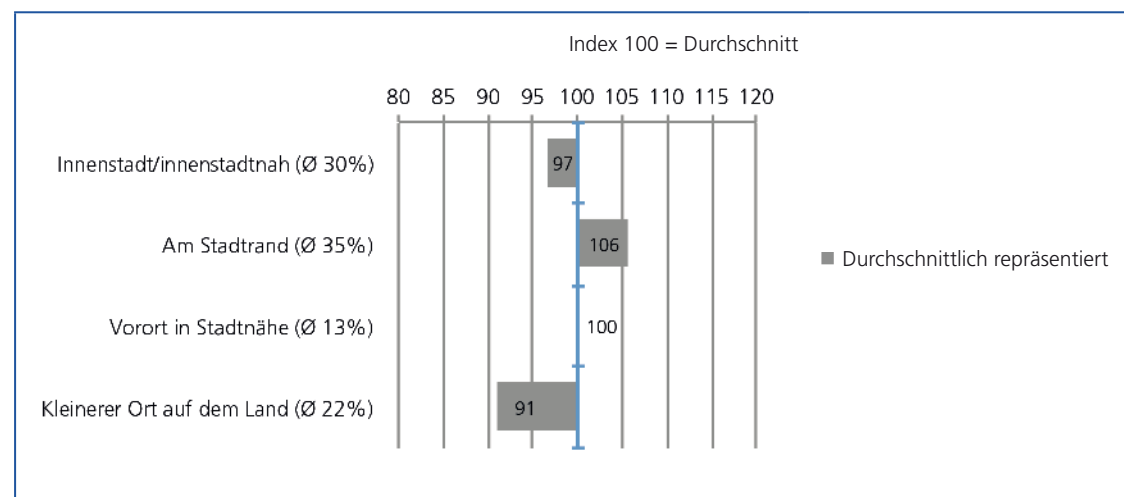


Abbildung 18: Liberal-Intellektuelle – Derzeitiger Wohnort



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

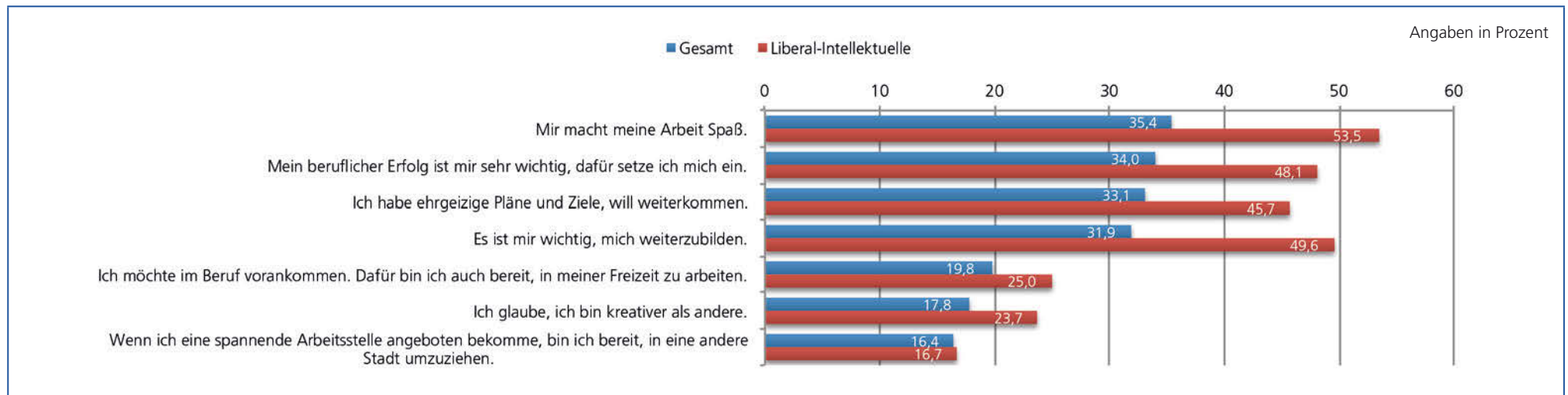




Die aufgeklärte Bildungselite mit liberaler Grundhaltung, postmateriellen Wurzeln, Wunsch nach selbstbestimmtem Leben und vielfältigen intellektuellen Interessen.

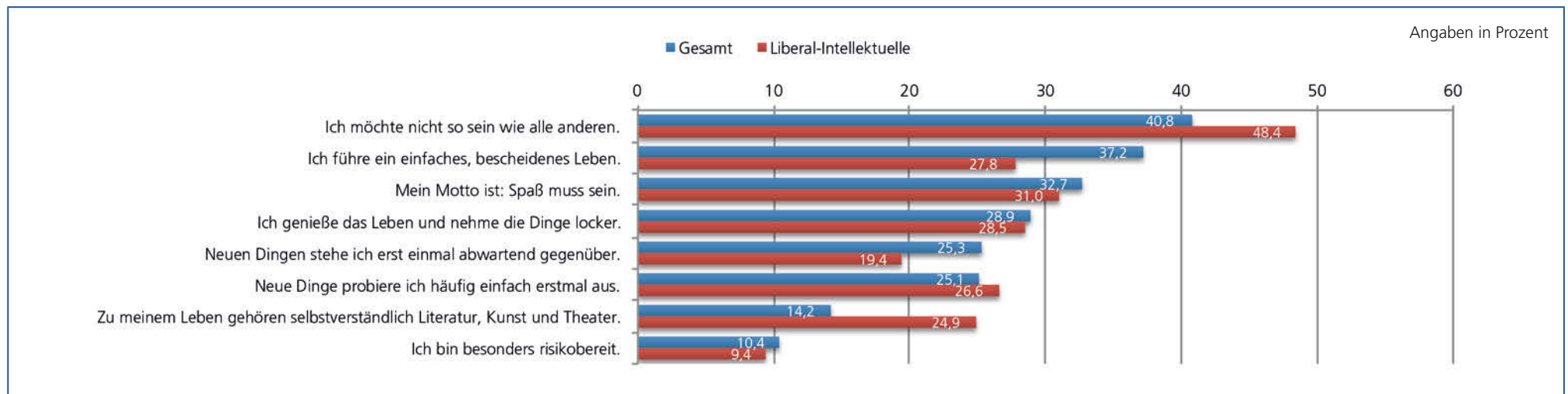
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 19: Liberal-Intellektuelle – Aufstiegsorientierung



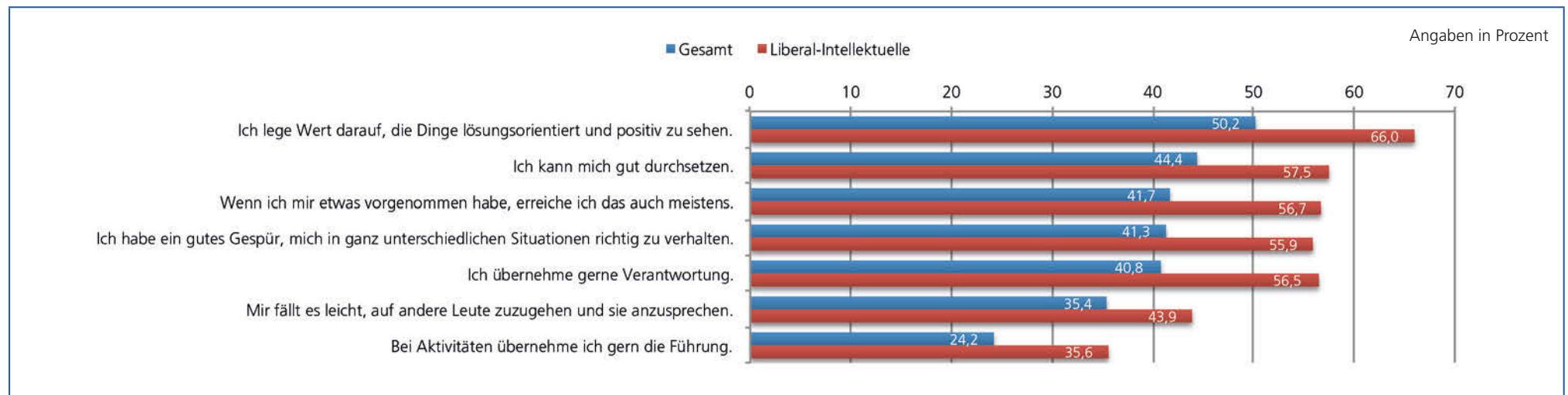
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 20: Liberal-Intellektuelle – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 21: Liberal-Intellektuelle – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

einem Vorort. Leicht unterrepräsentiert sind hingegen mit 20 Prozent kleinere Vororte auf dem Land.³⁸

Die Daten zeigen: Dieses Milieu steht weit oben im sozialen Spektrum und auf der Sonnenseite der Gesellschaft. Ihnen stehen viele Möglichkeiten offen; sie verfügen über (vielfältige) Ressourcen und wissen diese zu nutzen.

Viele von ihnen sind kontaktfreudig, aufgeschlossen, neugierig und daran interessiert, neue Menschen kennenzulernen. Andere sind allerdings auch zurückhaltender, etwas distanziert, schauen erst genauer und länger hin, bevor sie sich auf etwas oder jemanden einlassen. Eine betont joviale, kumpelhafte oder sehr offensive Kontaktabbahnung wie beispielsweise bei den Konsum-Hedonisten ist in diesem Milieu selten. Der Habitus der Liberal-Intellektuellen braucht oft etwas Zeit, um persönlich „richtig warm“ zu werden.

Sie haben häufig ausgeprägte Interessen, die sie intensiv verfolgen. „Abgeschaltet“ wird dagegen eher selten. Auch deshalb sind Werte wie Zeitsouveränität ein wichtiges Thema in diesem Milieu. Zumal sie einen hohen Anspruch haben: Alles muss Niveau

und Stil haben, intellektuell anregend und herausfordernd sein. Sie haben also einen ausgesprochen dezidierten Geschmack, wissen genau, was und warum sie etwas gut finden und was es darüber zu wissen gibt.

Persönliches Wachsen durch Lernen ist eines ihrer zentralen Motive im Alltag. Durch Auseinandersetzung mit einem Thema, einem Sachverhalt, durch Reflexion, kritisches und zugewandtes Betrachten, Verstehen und Ergründen eignen Liberal-Intellektuelle sich Themen und Standpunkte an, erarbeiten sie sich kognitiv, selbst im Emotionalen. Ihre Intellektualität ist für sie nicht nur Selbstkonstruktion, sondern auch Fremddemonstration. Ihre Statussymbole sind Intellektualität, Wissen und Bildung; und in gewissem Sinne begründet sich darin auch ihr Anspruch auf Überlegenheit, nicht selten auch ein moralischer und gesellschaftsprägender Dominanzanspruch. Die Beherrschung von Intellektualität ist Ausweis eines empfundenen und angestrebten Status. Entsprechend sehen auch viele Statussymbole dieses Milieus aus: Design, Charakter, Bildung, Wissen, Durchblick, Beschlagenheit.

Den hohen Anspruch an sich selber haben Liberal-Intellektuelle auch an andere, Freunde, Bekannte, Familie, Kollegen. Einfach miteinander „abzuhängen“, überschäumend

38 Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

gesellig zu sein, „Fun“ zu haben, abzuschalten (wie in anderen Milieus, beispielsweise bei den Konsum-Hedonisten und den Experimentalisten), reicht ihnen nicht aus. Auch hier geht es um Niveau und Stil, intellektuelle Herausforderung und Anregung. Sich fallen lassen fällt ihnen schwer, vieles ist anspruchsgetränkt.

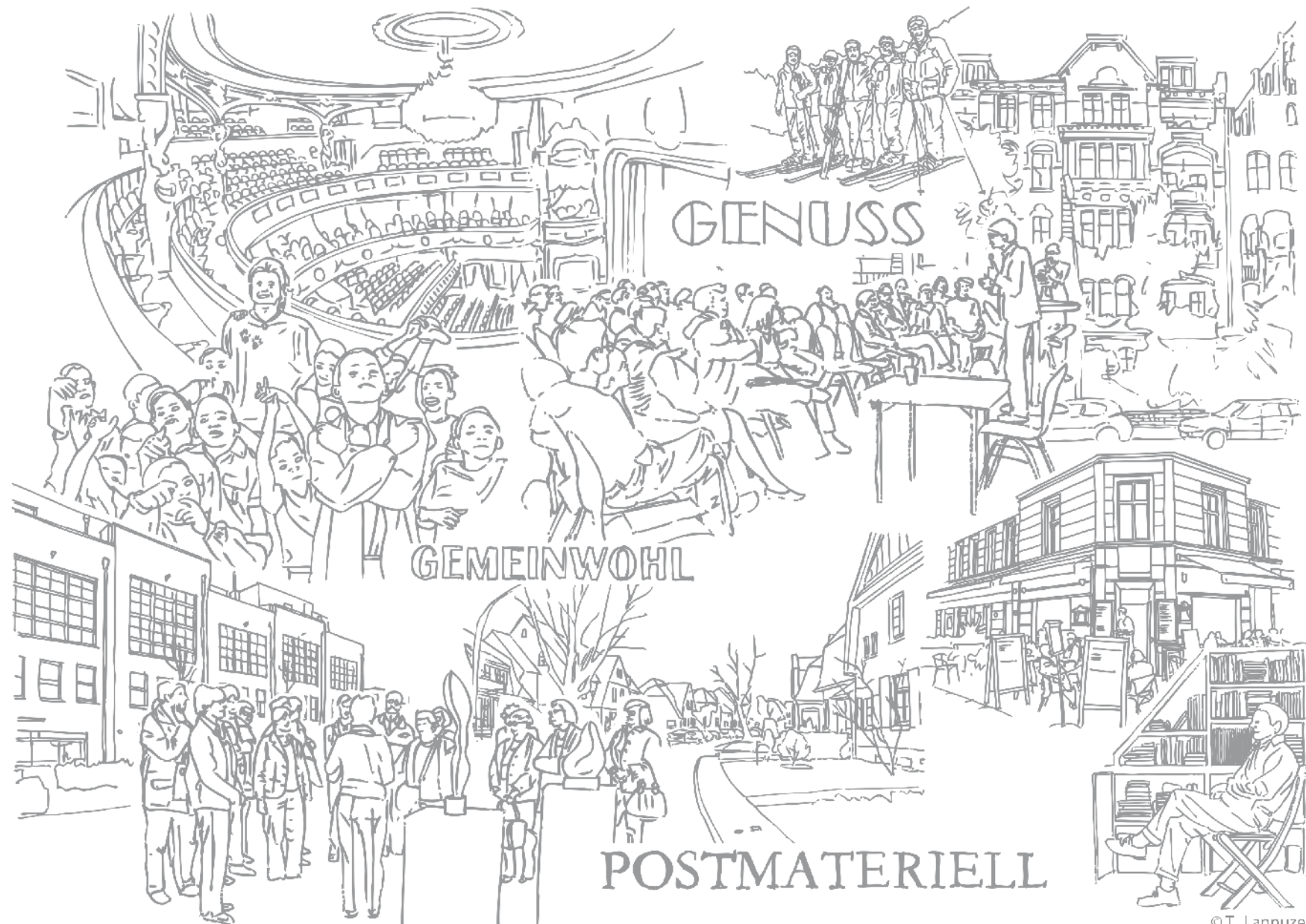
In ihrem persönlichen Leben liegen die Ziele hoch und ihre Lebensführung wird vor allem von intrinsisch (aus eigenem Antrieb, von sich aus) motivierten Regeln bestimmt. Allerdings sind das keine von außen gesetzten und unreflektiert übernommenen Vorschriften. Damit ist natürlich auch ein beträchtlicher Ehrgeiz verbunden, der bedient werden muss. Allerdings muss er sich nicht auf materielle Werte richten. Mindestens genauso gut sind Erfolgsparameter, die auf die intellektuelle Identität der Person abzielen.

Aus dem Leben gegriffen: brand eins Fotoausstellung im Stilwerk „Wo Wirtschaft spielt“

„Wo Wirtschaft spielt“ ist eine Fotoausstellung, die vom 3. Februar bis 10. März 2012 in der Stilwerk Design Gallery in Hamburg zu sehen war. Gezeigt wurden hier interessante Orte aus dem Wirtschaftsleben in Form von klassischer Reportagefotografie wie auch künstlerischer Aufnahmen, gesammelt in den vergangenen zehn Jahren. Die Ausstellung soll „überraschende Perspektiven auf gewöhnliche und ungewöhnliche Wirtschaftsorte“³⁹ eröffnen. Das Thema der Ausstellung lässt sich als speziell und gleichzeitig anspruchsvoll beschreiben, denn es erfordert Wissen um ein bestimmtes Gebiet: Um die Ausstellung zu verstehen, braucht es Wissen darüber, was einen Wirtschaftsort interessant macht, das heißt, man muss sich mit dem Thema beschäftigen, sich belesen und nach Möglichkeit intellektuell damit auseinandersetzen. Das Interesse an Kunst und das kritische Befassen damit, die Möglichkeit, anderen zu zeigen, dass man sich damit auseinandergesetzt hat, ist ganz nach dem Geschmack der Liberal-Intellektuellen.

Außerdem können die Bilder über brand eins käuflich erworben werden und lassen sich später vielleicht im Wohnzimmer des einen oder anderen Liberal-Intellektuellen finden – als Zeichen ihres guten und intellektuellen, niveau- und stilvollen Geschmacks, der demonstriert, dass man sich mit dem behandelten Thema auseinandergesetzt hat und sich ganz klar von anderen abgrenzt.

³⁹ <http://www.brandeins.de/kiosk/brand-eins-fotos.html> [08.03.2012]



© T. Lannuzel

Performer

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 22: Performer – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

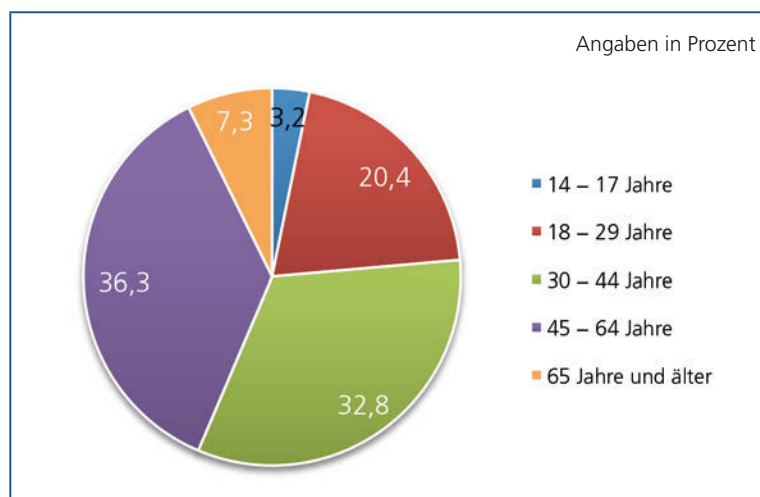
Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	7 % – 5,11 Mio.
Geschlechterverhältnis	60,4 % Männer, 39,6 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Der Altersschwerpunkt liegt in diesem Milieu mit 36,3 Prozent bei den 45- bis 64-Jährigen und mit 32,8 Prozent bei den 30- bis 44-Jährigen. Ein überdurchschnittlich großer Teil der Performer ist zwar mit 18 bis 29 Jahren noch verhältnismäßig jung, im Gegensatz zu den Kritisch-kreativen Milieus erscheinen die Performer jedoch älter.⁴⁰ Der Anteil

40 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 23: Performer – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

der Migranten ist im Vergleich zu anderen Milieus, beispielsweise den Adaptiv-Pragmatischen und den Exeditiven, unterdurchschnittlich: 11 Prozent der Performer haben einen Migrationshintergrund.⁴¹

Der Altersschwerpunkt des Milieus liegt in den Jahren, in denen sie beruflich am stärksten beansprucht werden. Mit knapp 74,1 Prozent sind die Performer (neben den Adaptiv-Pragmatischen mit 70,4 Prozent) jenes Milieu mit dem höchsten Anteil an Berufstätigen (der Durchschnitt liegt bei 54,8 Prozent).⁴² Das Bildungsniveau des Milieus ist im Vergleich zu anderen Milieus sehr hoch: Überdurchschnittlich oft haben sie die (Fach-) Hochschulreife (48,3 Prozent), 31,1 Prozent haben einen Realschulabschluss. Der Anteil derjenigen, die keinen Abschluss haben, ist mit nahezu 0 Prozent verschwindend gering, und auch Hauptschulabschlüsse sind in diesem Milieu mit 16,5 Prozent deutlich unterrepräsentiert.⁴³ Beruflich haben sie hohe Ansprüche und Ambitionen, man will hoch hinaus und ist bereit, dafür einiges zu geben. Entsprechend wichtig und lebensfüllend ist das Berufsleben. Selbstständige bzw. freie Berufe sind in diesem Milieu überrepräsentiert. Über ein Drittel (34,2 Prozent) sind mittlere bzw. qualifizierte Angestellte;

41 Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

42 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

43 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle; Filter: ohne Schüler bis Klasse 13

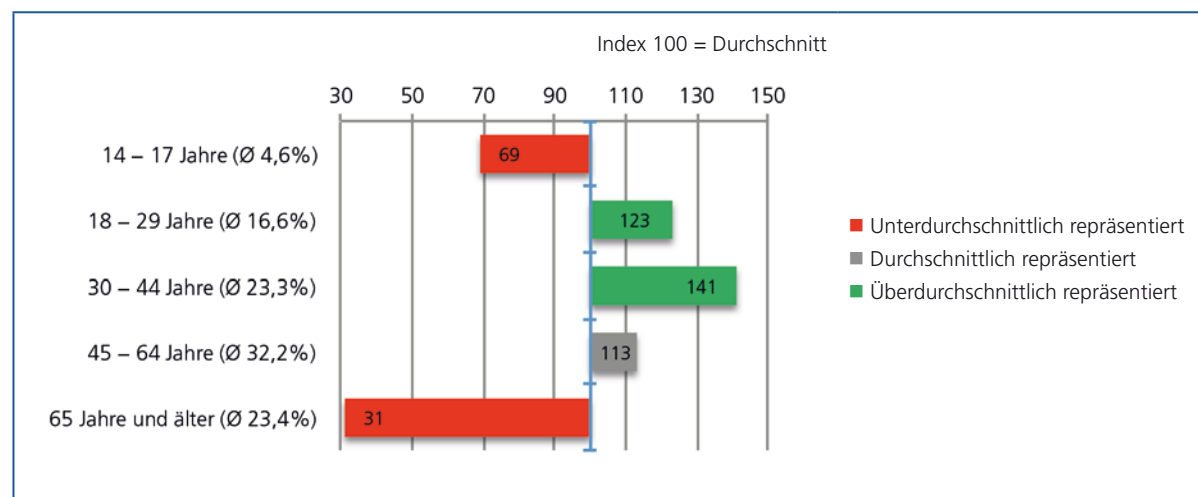
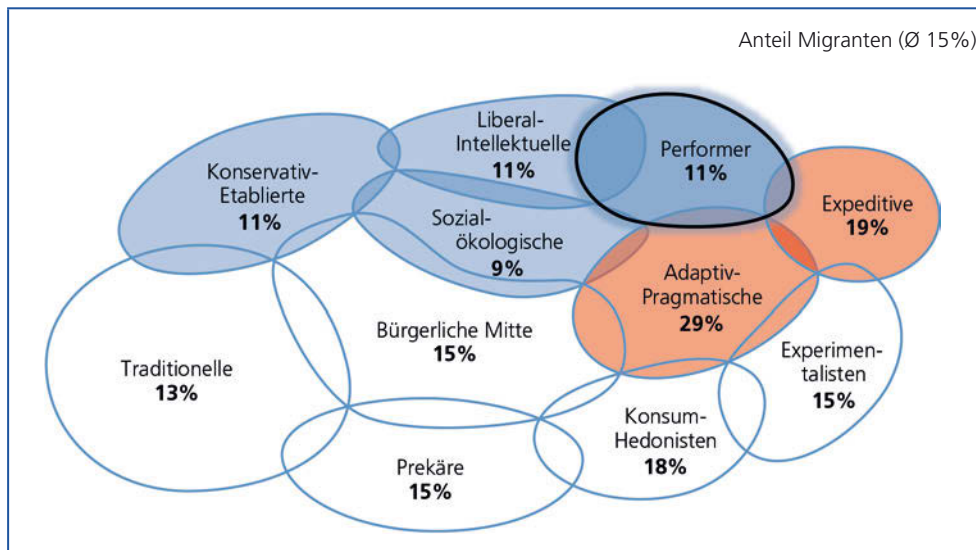


Abbildung 24: Performer – Anteil Migranten


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

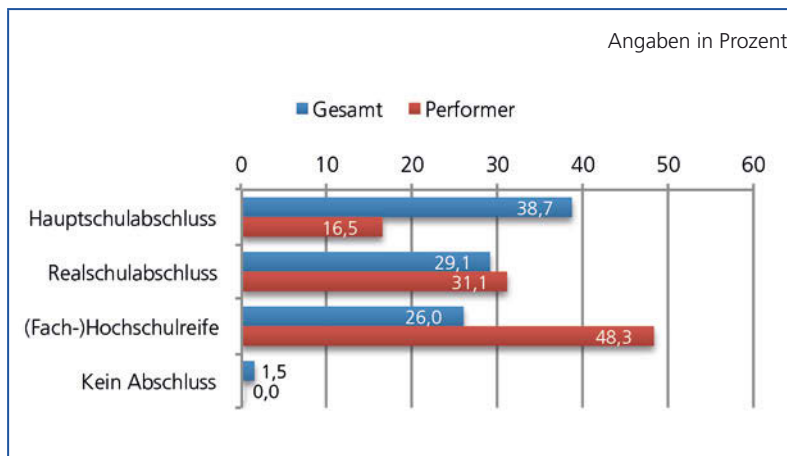
überrepräsentiert sind auch leitende Angestellte und Beamte (13,1 Prozent). Überdurchschnittlich oft arbeiten sie in kreativen oder künstlerischen Berufen, im Bereich Werbung, Marketing und in Unternehmensberatungen.

Die beruflichen Ambitionen spiegeln sich in der finanziellen Situation wider: Das Haushaltsnettoeinkommen liegt bei 69,2 Prozent der Performer bei über 2.500 Euro. Der Anteil derjenigen mit einem Haushaltsnettoeinkommen, das 4.000 Euro übersteigt, liegt sogar bei 28,3 Prozent. Im Vergleich dazu liegt der Anteil derjenigen, deren Haushaltsnettoeinkommen weniger als 2.000 Euro beträgt, bei 19,4 Prozent.⁴⁴

Entsprechend ihrer Lebensphase sind die dominanten Haushaltsstrukturen der Performer Mehrpersonenhaushalte mit Kindern unter 18 Jahren (36,5 Prozent) bzw. allgemein Paare mit Kindern (46,8 Prozent). Gut die Hälfte der Performer ist verheiratet (54,9 Prozent); gleichzeitig ist der Anteil jener, die angeben, ledig zu sein, mit 36,3 Prozent höher als der Durchschnitt (29,6 Prozent).

Ein Drittel der Performer lebt in der Innenstadt bzw. in Innenstadtnähe. Mit 28 Prozent lebt zwar ein großer Teil der Performer am Stadtrand. Im Vergleich sind sie dort aller-

44 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 25: Performer – Schulabschluss


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

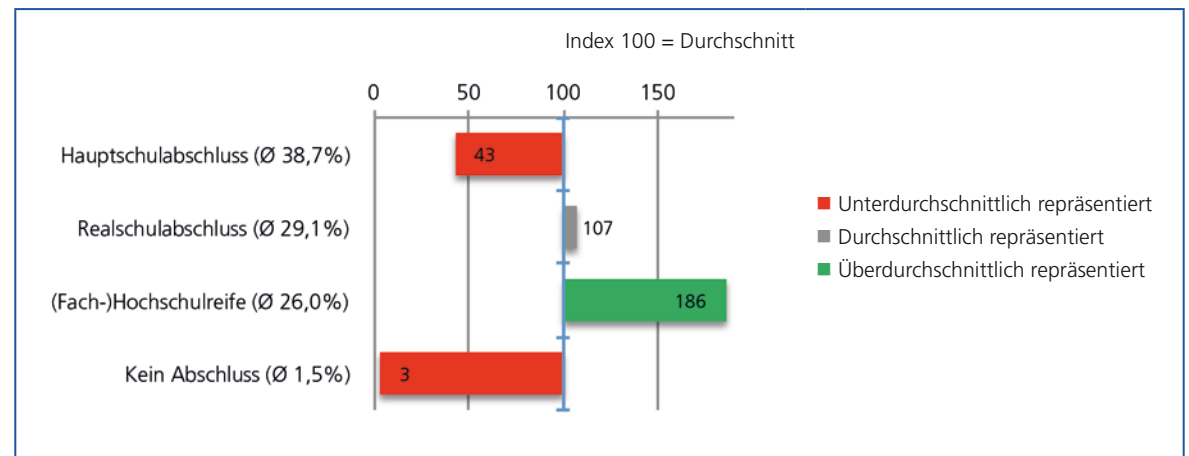
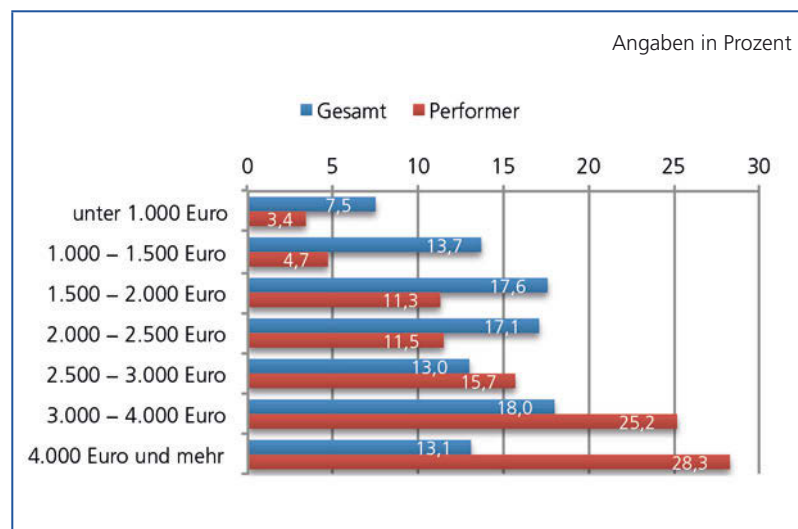
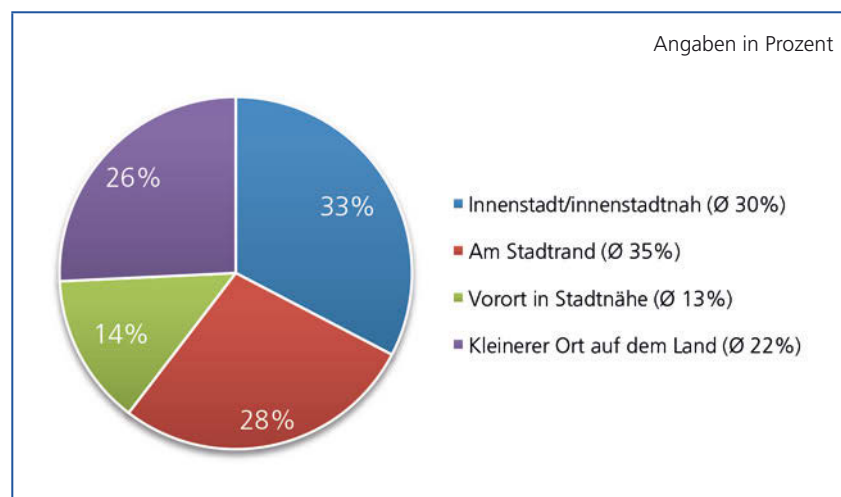


Abbildung 26: Performer – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen

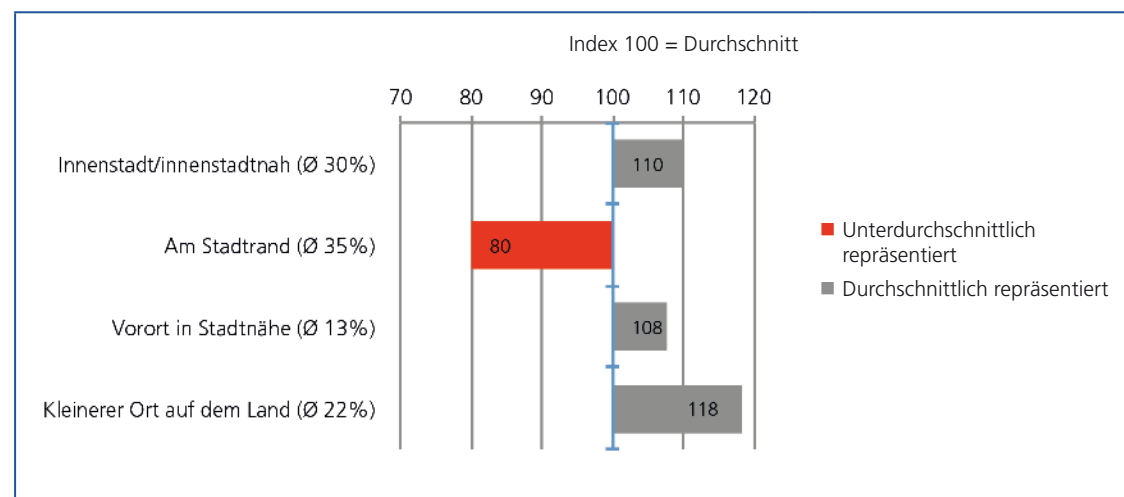
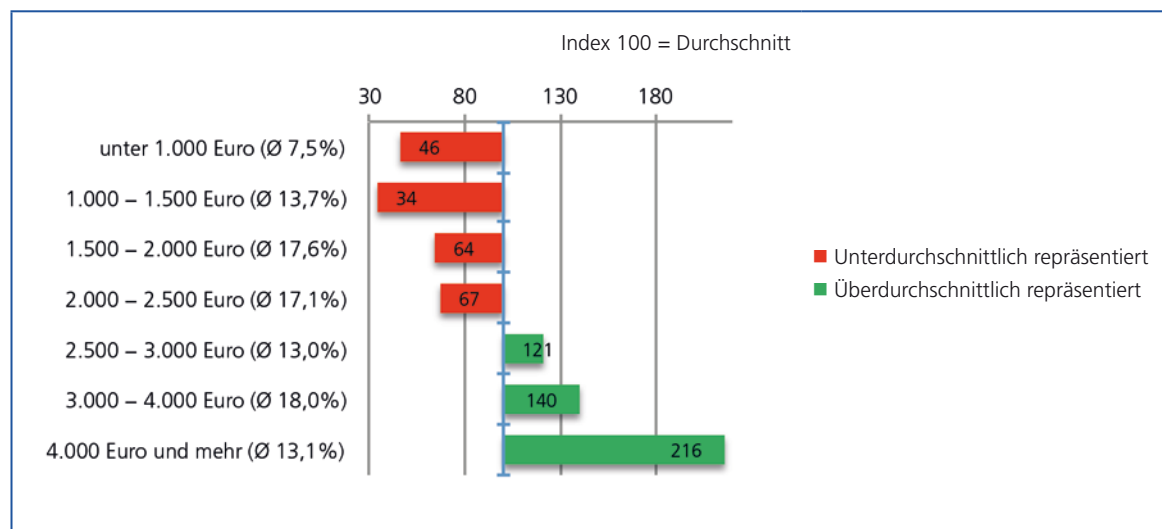


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 27: Performer – Derzeitiger Wohnort



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

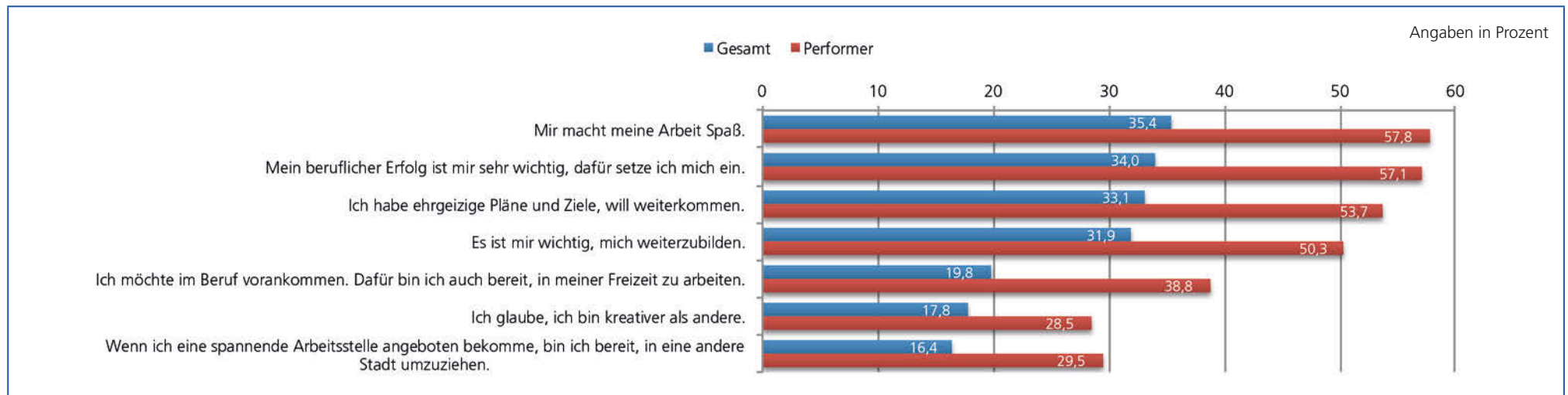




Die multi-optionale, effizienzorientierte Leistungselite mit global-ökonomischem Denken und stilistischem Avantgarde-Anspruch.

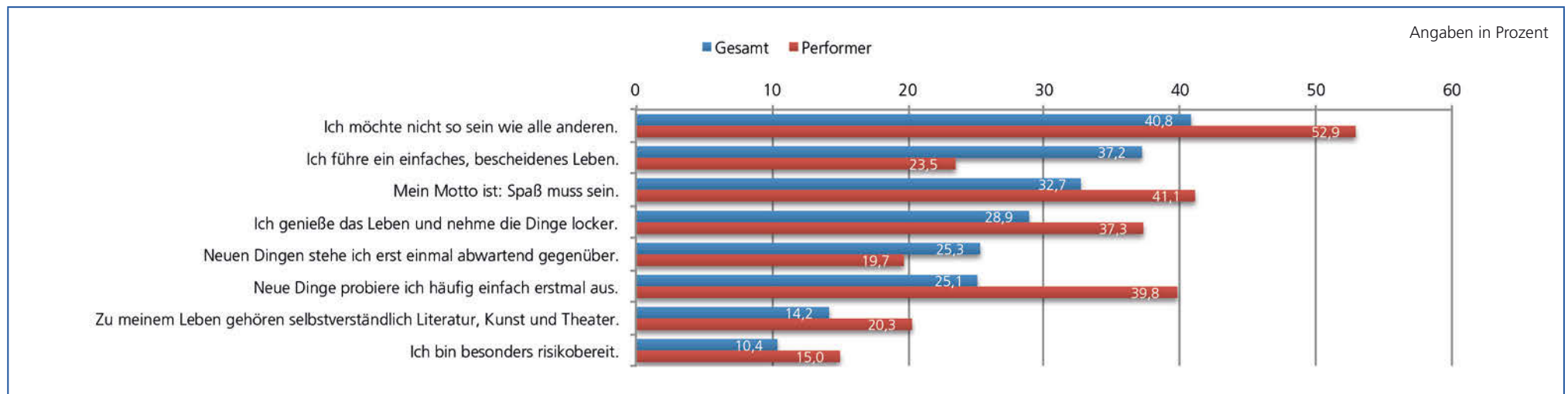
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 28: Performer – Aufstiegsorientierung



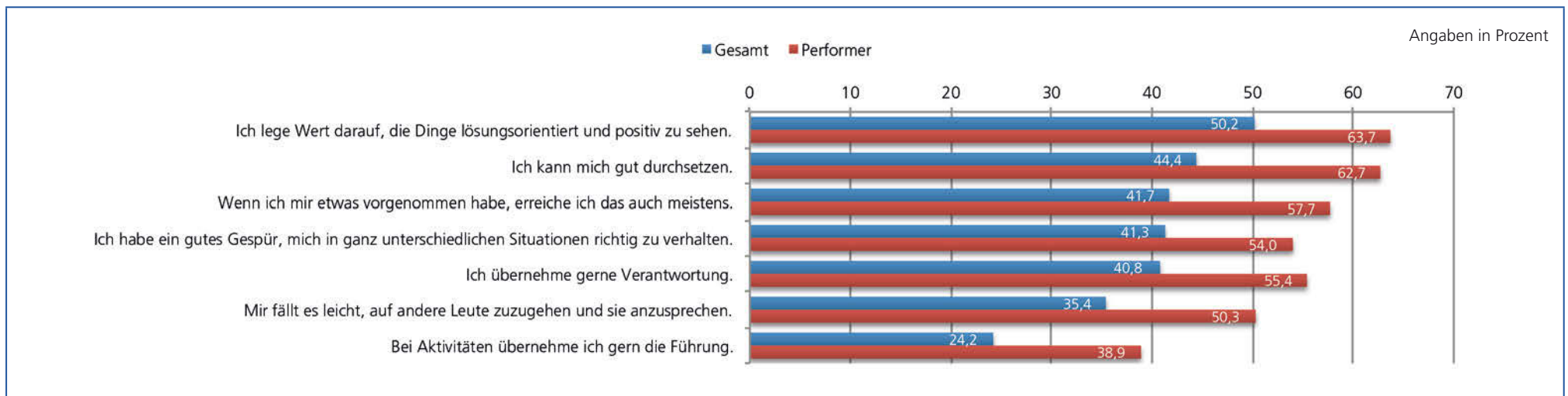
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 29: Performer – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 30: Performer – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

dings stark unterrepräsentiert.⁴⁵ Zu bedenken gilt bei diesem Milieu allerdings, dass sie trotz des überdurchschnittlichen Immobilienbesitzes und Kaufinteresses sehr mobil sind und sich nicht an bestimmte Orte über Gebühr gebunden fühlen.

Die soziale Reichweite und auch das Spektrum an Bekanntschaften sind sehr groß. Bekanntschaften, Kontakte, Freunde werden oft durch das Berufsleben geprägt, eventuell begrenzt auch durch das durch Kinder entstandene Umfeld. Alte Freundschaften werden gepflegt. Performer sind hervorragende Netzwerker, beruflich wie auch privat, sie haben viele Kontakte und wissen nicht nur um deren Wichtigkeit, sondern auch, dass und wie man sie pflegen muss.

Sie sind digital absolut versiert; Technik ist eine Bereicherung, vor allem aber auch hilfreich und wichtig in der Kontaktpflege. Die Schnelligkeit, Direktheit und „Convenience“ kommt ihrem Effizienzdenken sehr entgegen, aber auch ihrem internationalen Interesse. Zum Teil sind sie auch beruflich international unterwegs, und ihr Horizont reicht oft weit über Deutschland hinaus.

Erfolg ist ihr dominantes Grundmotiv in ihrem Alltagsleben: Sie wollen etwas erreichen und leisten, und das muss sich im Ergebnis als Erfolg niederschlagen. In diesem Sinne muss Erfolg für sie lohnend, erfahrbar, eindeutig sichtbar und materiell erkennbar sein. Performer sind im demonstrativen Sinne statusorientiert im Sinne von Geld, Erfahrungen, Positionen, einem (ihrer Meinung nach) tollen Lebensstil. Aber auch Bildungsattribute spielen hier eine große Rolle, denn ohne Engagement in dem Bereich ist Erfolg nicht möglich. Dementsprechend sind auch Effizienz und Effektivität wichtige Werte für Performer. Sie sind sehr pragmatisch und können sehr gut Prioritäten setzen, und aus diesem Grund ist ihre Loyalität nicht grenzenlos und nicht unbedingt ein moralischer Wert. Dingen, Projekten, Vorhaben gegenüber, die keine Aussicht auf Erfolg haben, muss man nicht sklavisch loyal bleiben. Solange es nach vorne geht und man erfolgreich ist, steht man dahinter. Andererseits haben sie oft auch ein Problem damit, Vorhaben oder Engagements fallen zu lassen, die sich als zu kostspielig, zu schwierig, zu zäh, zu langfristig herausstellen. Die ganz lange Perspektive bei bescheidenen Erfolgsaussichten ist eindeutig nicht die richtige Perspektive für ihr Selbstverständnis. Sie brauchen in absehbarer Zeit einen „Return on Investment“.

⁴⁵ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle



Obwohl sie häufig sehr gut gebildet, intelligent, clever und smart sind, sind sie nicht intellektuell im klassischen Sinne, wie beispielsweise die Liberal-Intellektuellen. Zwar kennen sie den intellektuellen Habitus und wissen ihn einzusetzen, er hat aber für sie keinen funktionalen und praktischen Nutzen.

Sie sind das, was man im Allgemeinen „Macher“ nennt. Sie mögen Bewegung, Dynamik und vor allem entschlossenes Handeln; was sie sich in den Kopf gesetzt haben, erreichen sie meist auch. Dabei treibt sie auch ihre Wettbewerbsorientierung an. Dabei sein ist nicht alles und reicht ihnen nicht. Sie wollen ganz vorne mit dabei sein.

Dennoch und trotz ihrer modernen Lebensart, ihrer Lifestyle-Orientierung und Internationalität haben sie eine sehr konservative Seite. Sie wollen nicht reden, sondern machen; sie setzen auf Pläne, Durchsetzungskraft und die Macht der Fakten. Sie empfinden sich als Teil der Elite und Leistungsträger. Vielen ist durchaus bewusst, dass sie zu denen gehören, die andere führen sollten; und nicht selten entdeckt der eine oder andere das damit zusammenhängende Fünkchen Arroganz und Hochmut.

Ihre konservative Seite findet sich auch im oft problematischen Verhältnis zwischen Männern und Frauen in diesem Milieu: Männer pflegen oft ein zwar modernes, den-

noch traditionelles Rollen- und Familienbild. Der Mann als Hausmann kommt nicht infrage; seine Arena ist natürlich der Beruf und er hat hier eindeutig den Vorrang. Von diesem Punkt aus kann eine Partnerschaft beginnen. Frauen haben durchaus Verständnis für dieses traditionelle Rollenbild, allerdings sehen viele das als etwas für andere Frauen an, nicht für sich. Sobald sie in dieses Rollenbild „gepresst“ werden sollen, gehen sie auf Konfrontationskurs. Sie möchten selbst die Bedingungen ihres Lebens kontrollieren. Beziehungen von Performer-Paaren können deshalb schnell problematisch werden, wenn man aus der doch sehr komfortablen DINK-Situation (DINK: Double-Income-No-Kids, also Doppelseinkommen ohne Kinder, Beschreibung für (Ehe-)Paare, bei denen beide Einkommen beziehen und die keine Kinder haben) in die Familiensituation wechselt.

Die sogenannten „Footcommuter“ sind eigentlich ein Phänomen aus London – immer mehr Menschen joggen hier zur Arbeit, anstatt wie sonst die U-Bahn oder das Auto zu nehmen. Gerade in Städten wie London ist es nicht überraschend, dass man auf diese Weise oft schneller am Ziel ist. Für Performer bietet sich diese Art des Sports aus verschiedenen Gründen an. Das Magazin Neon recherchierte dieses Phänomen tiefer und fand heraus, dass sich die Läufer so ihre Zeit zurückholen, „sie nutzen den lästigen Weg ins Büro eben für das Hobby“⁴⁶. Auf diese Weise bleiben sie fit und in Form, bauen Stress ab und „das bekannte Gefühl, man könnte in der gleichen Zeit etwas Schöneres tun, bleibt aus, da man so oder so diese Strecke hinter sich bringen muss“⁴⁷. Eigentlich verschwendete freie Zeit wird effizient und gewinnbringend genutzt und so optimiert, dass auch wirklich keine Sekunde des kostbaren Tags verschwendet wird und mehr Zeit für die Arbeit bleibt. In Deutschland stellt sich das „Turnschuhpendeln“ noch etwas schwierig dar, da viele Büros noch nicht mit Duschen ausgestattet sind – Performer wären diejenigen, die sich an dieser Stelle für die Dusche im Büro einsetzen würden. Mit einer hieb- und stichfesten Argumentation würden sie wohl ihre Vorgesetzten davon überzeugen, dass Duschen im Büro den Arbeitstag und sie selber optimieren würden und so die Effizienz steigert.

Laut Neon sehen Kritiker das etwas anders: Das Laufen bzw. Joggen zum Arbeitsplatz wäre „die Spitze des Prinzips der ständigen Selbstoptimierung“⁴⁸. Es ist davon auszugehen, dass diese Art von Kritik den Performern nichts ausmacht – sich damit auseinanderzusetzen wäre Zeitverschwendung und passt nicht in die Optimierung des Alltags.

46 <http://www.neon.de/artikel/freie-zeit/sport/turnschuhpendler/668566>

47 <http://www.neon.de/artikel/freie-zeit/sport/turnschuhpendler/668566>

48 <http://www.neon.de/artikel/freie-zeit/sport/turnschuhpendler/668566>



© T. Lannuzel

Kritisch-kreative Milieus

Zu den Kritisch-kreativen Milieus zählen wir das Milieu der Expeditiven sowie die Experimentalisten. Beide Milieus zeichnen sich durch ein großes Maß an Individualität und Unkonventionalität aus. Auf den ersten Blick sind beide Milieus in erster Linie spaßorientiert, frei nach dem Motto „Das Leben ist kurz und wir sind nur einmal jung“. Hinter dieser Einstellung steckt auf den zweiten Blick aber auch eine kritische Grundhaltung. Beide Milieus übernehmen nicht einfach die Meinung anderer, sondern sind darauf bedacht, Dinge kritisch zu hinterfragen und auch mal infrage zu stellen. Allerdings tun die Experimentalisten das auf eine provokantere Art als die Expeditiven. Während die Expeditiven sich zielstrebig und ehrgeizig ihren eigenen Weg suchen, sich ihre Welt noch erobern, sind die Experimentalisten weniger ambitioniert und sehen in Provokation immer auch den Spaßfaktor.

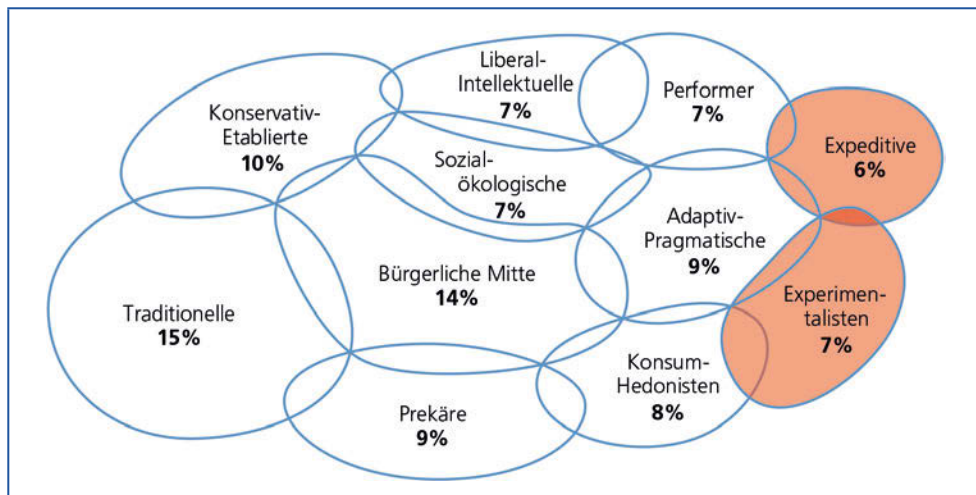
Expeditive sind zielstrebiger als die Experimentalisten, suchen in allem eine Herausforderung und wollen mit dem, was sie machen, auch auf irgendeine Art und Weise Erfolg

haben. Dabei gehen sie oft kreativ vor und betreten gerne neue Wege, die anderen abwegig erscheinen mögen. Experimentalisten sind weit weniger ambitioniert, und obwohl Expeditive ähnlich kurzfristig denken, leben die Experimentalisten stärker im Hier und Jetzt und von heute auf morgen.

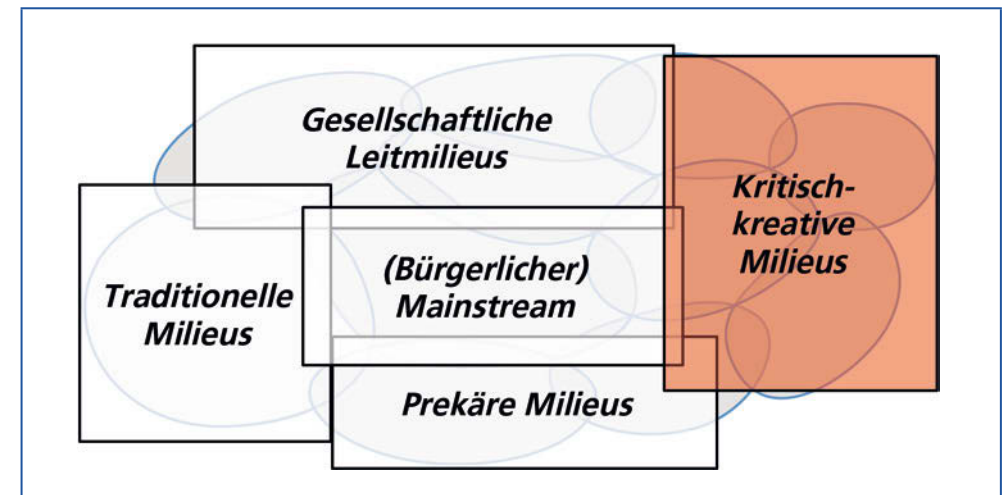
Auch im Hinblick auf die Altersstruktur sind sich die Milieus zunächst recht ähnlich, denn in beiden Milieus sind besonders die jungen Altersgruppen zum Teil sehr stark überrepräsentiert. Jedoch sind die Experimentalisten im Schnitt rund zehn Jahre älter als die Expeditiven.

Der Anteil an Schülern, Studenten und Lehrlingen ist ebenfalls in beiden Milieus im Vergleich zu anderen hoch. Viele sind vor allem beruflich noch nicht angekommen, aber auch in anderen Bereichen des Lebens scheint noch Entwicklungspotenzial zu bestehen: Beide Milieus haben unterdurchschnittlich oft Kinder und sind häufig ledig. Gerade bei den Expeditiven ist anzunehmen, dass sie aufgrund dessen (geistig und räumlich) außerordentlich mobil sind.

Abbildung 31: Die Kritisch-kreativen Milieus



Quelle: vhw/Sinus-Institut Heidelberg, 2011



Expeditive

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 32: Expeditive – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	6 % – 4,24 Mio.
Geschlechterverhältnis	55,9 % Männer, 44,1 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Die Expeditiven sind mit Abstand das jüngste Milieu – der Großteil ist mit 69,7 Prozent jünger als 30 Jahre. Der klare Schwerpunkt liegt mit 53 Prozent bei den 18- bis 29-Jährigen. Besonders auffällig ist in diesem Milieu der vergleichsweise hohe Anteil der 14- bis 17-Jährigen – diese Altersgruppe ist unter den Expeditiven deutlich überrepräsentiert. Die 30- bis 44-Jährigen machen einen Anteil von 18,9 Prozent aus; gerade einmal 11,4

Prozent sind älter als 44 Jahre.⁴⁹ Mit 19 Prozent ist der Anteil derjenigen, die einen Migrationshintergrund haben, im Milieuvvergleich recht hoch.⁵⁰

Entsprechend des Alters dieses Milieus ist der Anteil an denjenigen sehr hoch, die sich in der Ausbildung befinden: Schüler, Studenten, seltener Lehrlinge; einige sind gerade im ersten Job angekommen. Das Bildungsniveau bei denjenigen, die bereits einen Schulabschluss haben, ist vergleichsweise hoch, und überrepräsentiert sind jene Schulabschlüsse, mit denen auch ein Studium begonnen werden kann (44,1 Prozent⁵¹). Aufgrund der jungen Altersstruktur des Milieus ist auch der Anteil derjenigen sehr hoch, die noch nie berufstätig gewesen sind (47,8 Prozent) und sich noch in der Ausbildung befinden (46,5 Prozent). Dennoch, 49,1 Prozent der Expeditiven geben an, berufstätig zu sein, und sind dann überdurchschnittlich oft in kreativen und künstlerischen Berufen zu finden, ebenso wie im Bereich von Marketing, Werbung, PR und Öffentlichkeitsarbeit.

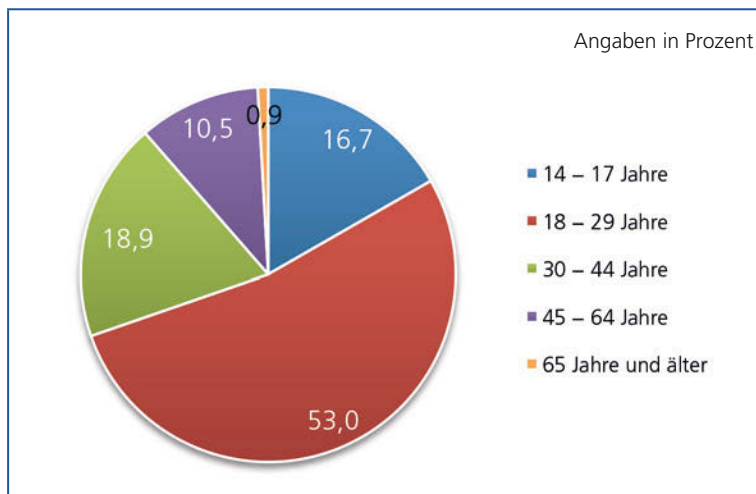
Auch beim Blick auf die finanzielle Situation spiegelt sich die junge Altersstruktur des Milieus wider: Das monatliche Haushaltsnettoeinkommen lässt zunächst auf eine gute

⁴⁹ Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III

⁵⁰ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

⁵¹ Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III; Filter: ohne Schüler bis Klasse 13

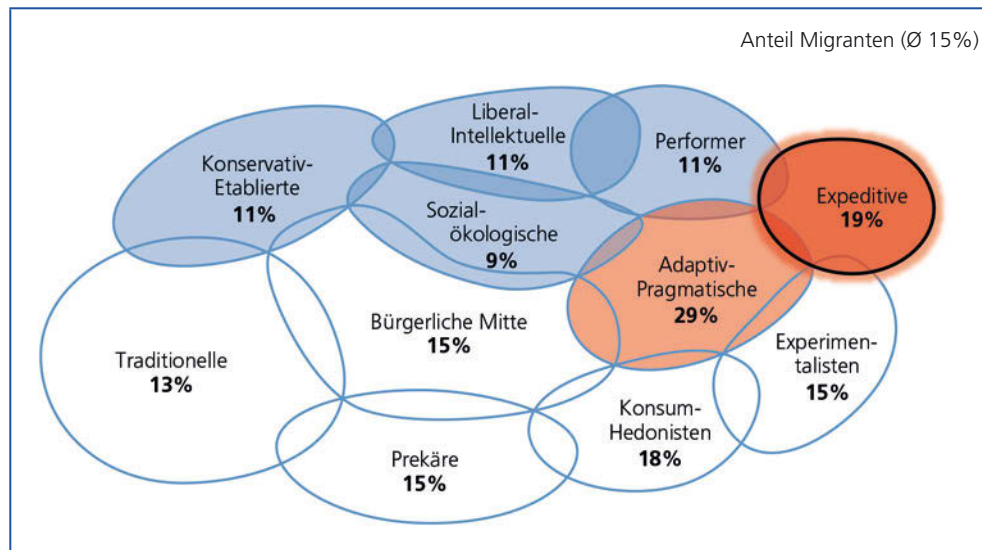
Abbildung 33: Expeditive – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle



Abbildung 34: Expeditiv – Anteil Migranten



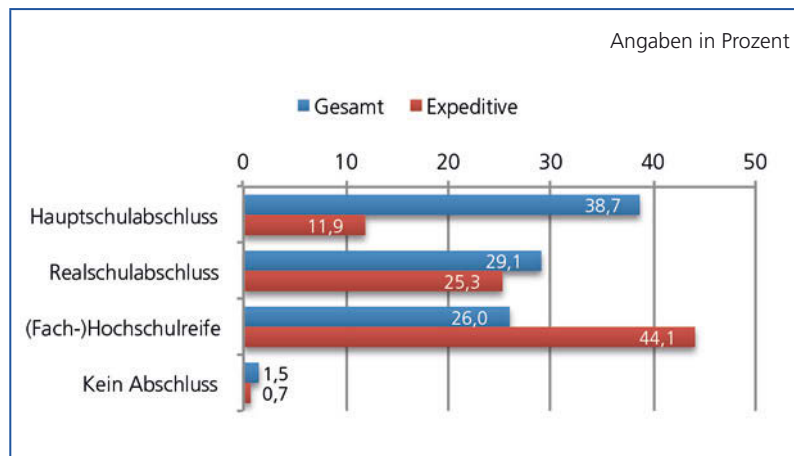
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

finanzielle Situation schließen. Eine Erklärung dafür ist die Tatsache, dass viele Expeditiv noch zu Hause wohnen und hier beispielsweise das Einkommen der Eltern zu Buche schlägt. Der Blick auf das eigene Einkommen verdeutlicht, dass das Milieu, wenn, über ein eher geringes eigenes Einkommen verfügt. Insgesamt verfügen 23,1 Prozent über kein eigenes Einkommen.

Aufgrund des Alters ist auch davon auszugehen, dass viele Expeditiv noch zu Hause im elterlichen Umfeld wohnen. Die Tatsache, dass die Haushaltsstruktur der Mehrpersonenhaushalte mit Kindern unter 18 Jahren dominant ist, unterstützt diese Annahme: 40,1 Prozent leben in dieser Haushaltsstruktur. Im Vergleich zu anderen Milieus leben sie überdurchschnittlich oft in Wohngemeinschaften. Der weitaus größere Teil ist ledig (74,2 Prozent); 23,2 Prozent der Expeditiven haben eigene Kinder – der Anteil derjenigen, die bereits eigene Kinder haben, liegt damit über 40 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt (der Durchschnitt beträgt 65,1 Prozent).

Der deutlich größere Teil der Expeditiven lebt derzeit am Stadtrand. Auch hier bleibt festzuhalten, dass das Alter des Milieus einen nicht zu vernachlässigenden Einfluss auf den Wohnort hat und ein entsprechend großer Anteil noch im Haushalt der Eltern wohnt.

Abbildung 35: Expeditiv – Schulabschluss



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

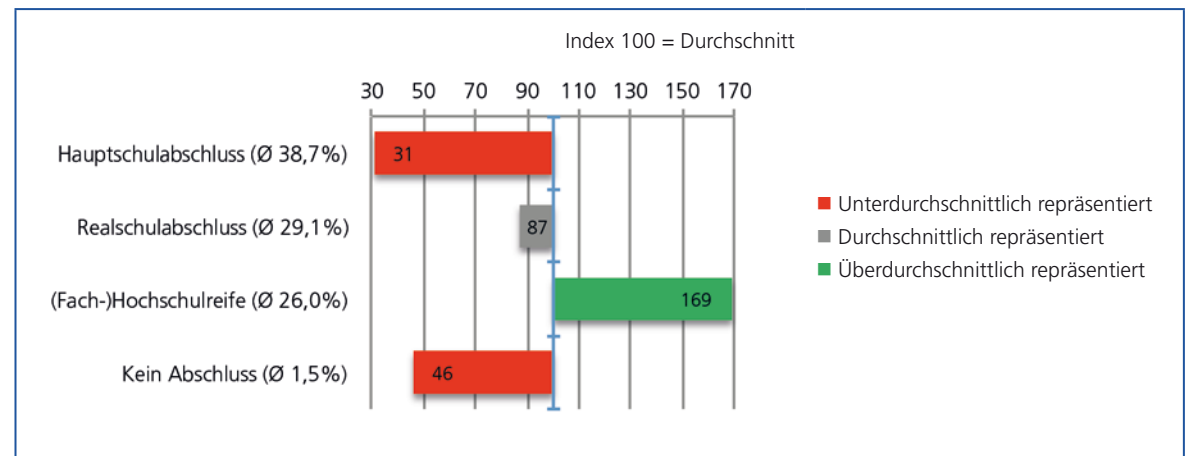
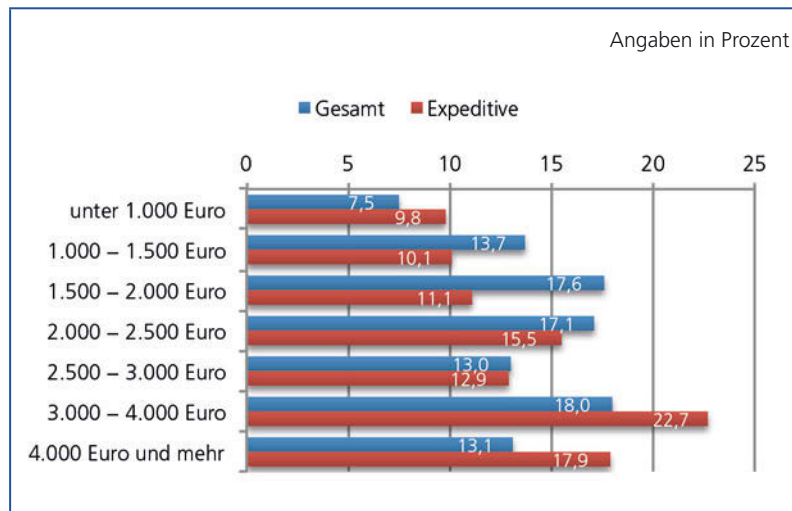


Abbildung 36: Expeditive – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

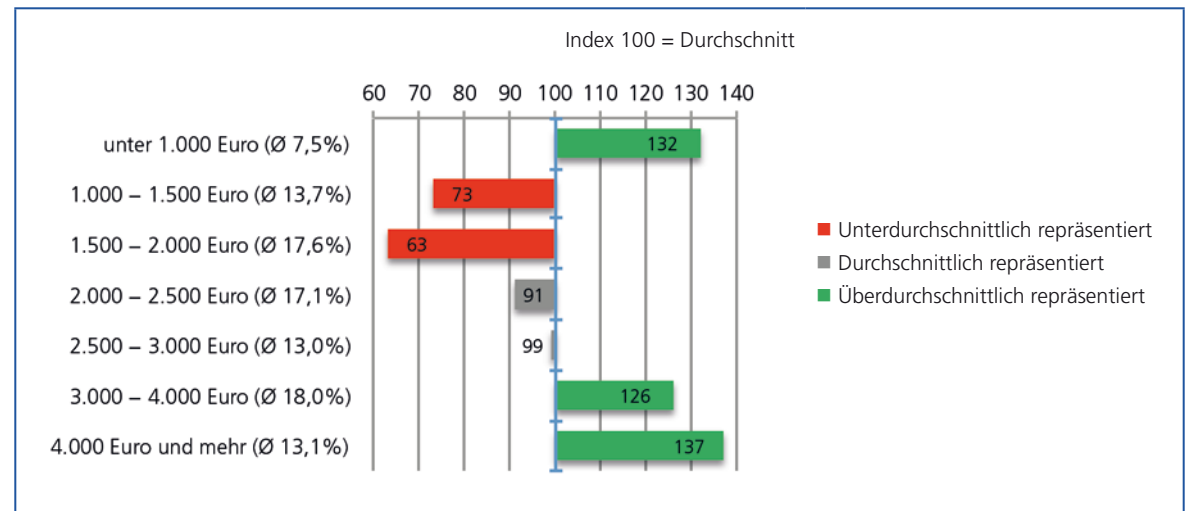
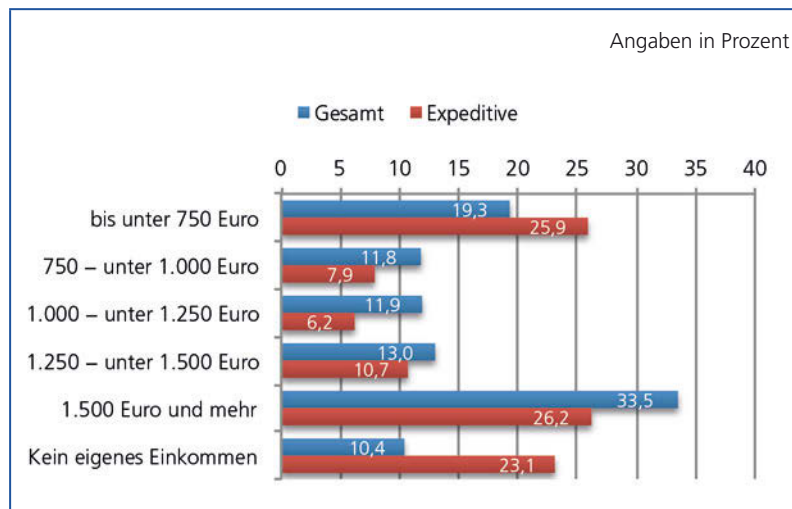


Abbildung 37: Expeditive – Eigenes Einkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

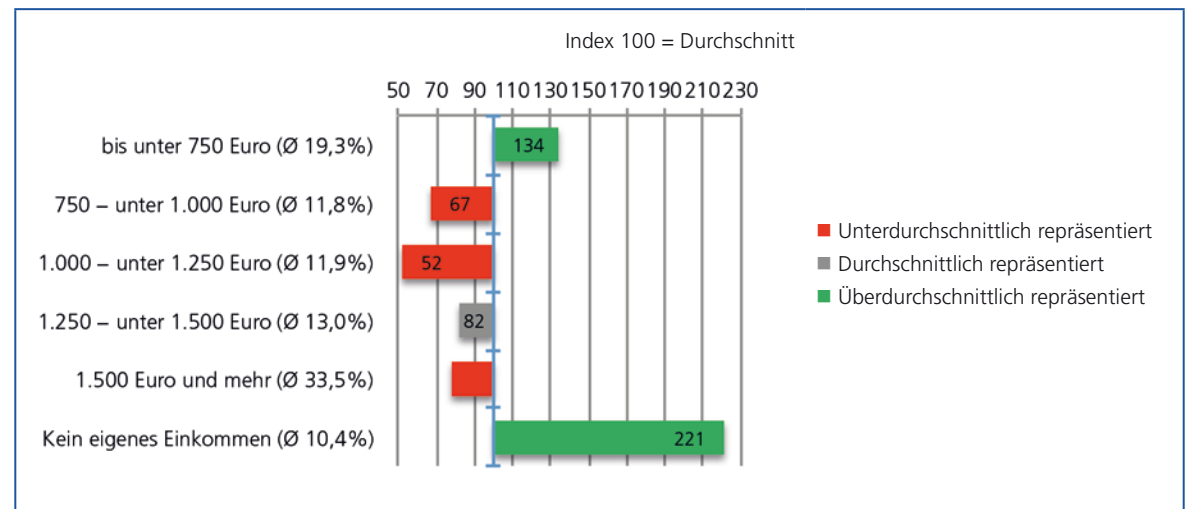
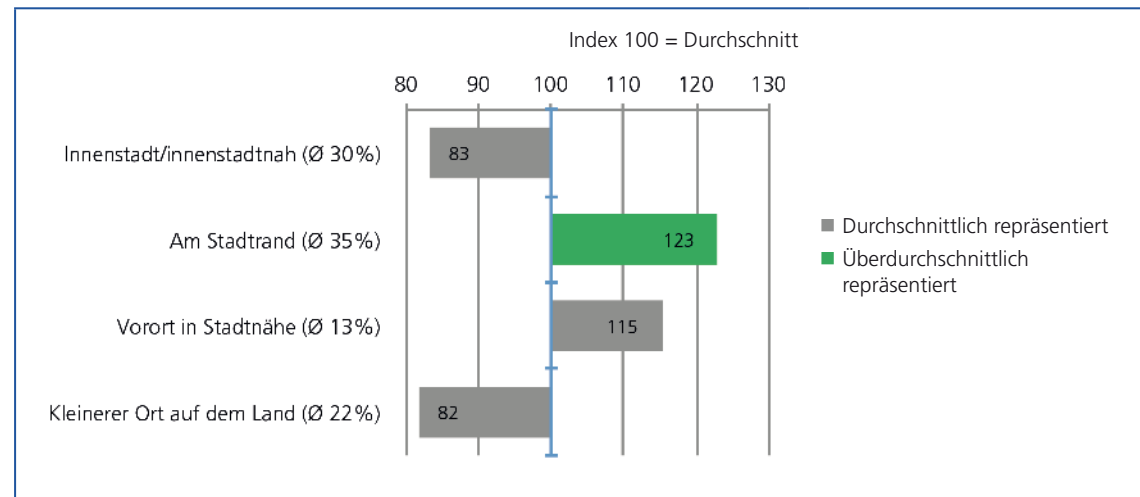
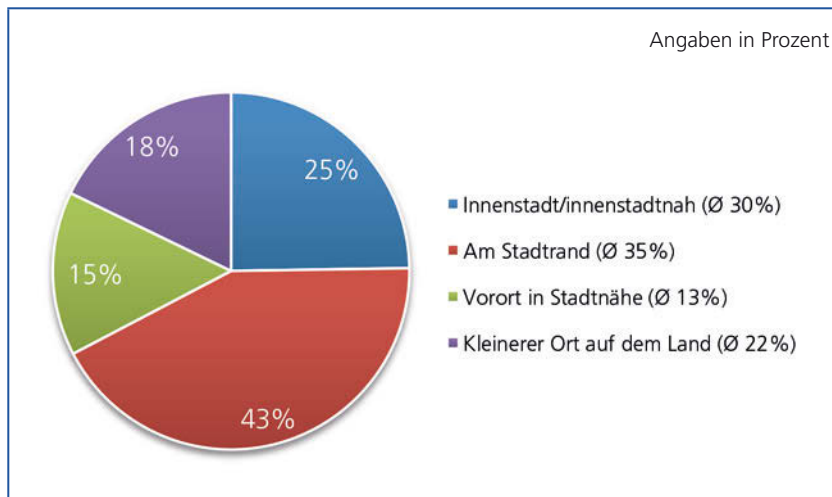


Abbildung 38: Expeditiv – Derzeitiger Wohnort

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Es ist daher davon auszugehen, dass viele noch nicht dort angekommen sind, wo sie sich später selber einmal sehen – das gilt in jeder Hinsicht, nicht nur bezogen auf den Wohnort. Denn die Zahlen lassen darauf schließen, dass die Expeditiven durchaus Ehrgeiz haben und bestrebt sind, in ihrem Leben etwas zu erreichen, im Moment aber einfach noch nicht über die nötigen (auch finanziellen) Mittel verfügen, um „große Sprünge“ machen zu können. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass ihre Positionierung im Milieumodell nicht gleichzusetzen ist mit einem hohen Einkommen oder guten beruflichen Positionen wie beispielsweise bei den Performern. Es ist zwar davon auszugehen, dass sie mit Blick auf ihre Bildung und berufliche Orientierung durchaus ausgeprägte Karriereambitionen haben und ihr Einkommen in Zukunft dementsprechend aussehen kann. Allerdings ist ein Großteil noch so jung, dass sich darüber bisher kaum genaue Aussagen treffen lassen.

Entsprechend ihres Alters sind die Expeditiven in jeder Hinsicht mobil. Sie sind ständig auf der Suche nach neuen Impulsen, ihren eigenen Grenzen – das Bild von der Welt ist noch in Bewegung, sie „erobern“ sich ihre Welt gerade erst und probieren entsprechend viel aus.

Sie bewegen sich in vielfältigen Umfeldern und haben eine große soziale Reichweite, allerdings meistens auf die eigene Altersgruppe bezogen. Über eine große Reichweite und ein entsprechend großes Umfeld verfügen sie auch, weil sie digital absolut versiert sind. Mit den neuen Medien gehen sie selbstverständlich um und nutzen sie zum Teil exzessiv.

Die dominierenden Grundmotive in ihrem Alltag sind Selbstbestimmung, Autonomie und Toleranz. So wie sie „ihr Ding“ durchziehen, tolerieren sie auch „das Ding“ anderer. Dabei ist alles, was sie tun, ergebnisorientiert; und bei allem, was sie tun, muss auch „etwas rauskommen“. Die Ziele, die sie dabei verfolgen, können ganz unterschiedlich sein. Es sind eigene, individuelle Ziele, oft geht es dabei um wirtschaftlichen Erfolg, wie man aus einer guten Idee „Geld“ machen kann, wie man seine Ideen, sein Leben entwickeln und letztendlich davon leben kann. Erfolg muss sich „materialisieren“, muss greifbar sein, konkret und erfahrbare werden – das kann auch in Form von Wertschätzung, Fremd- und Selbstbestätigung sein.

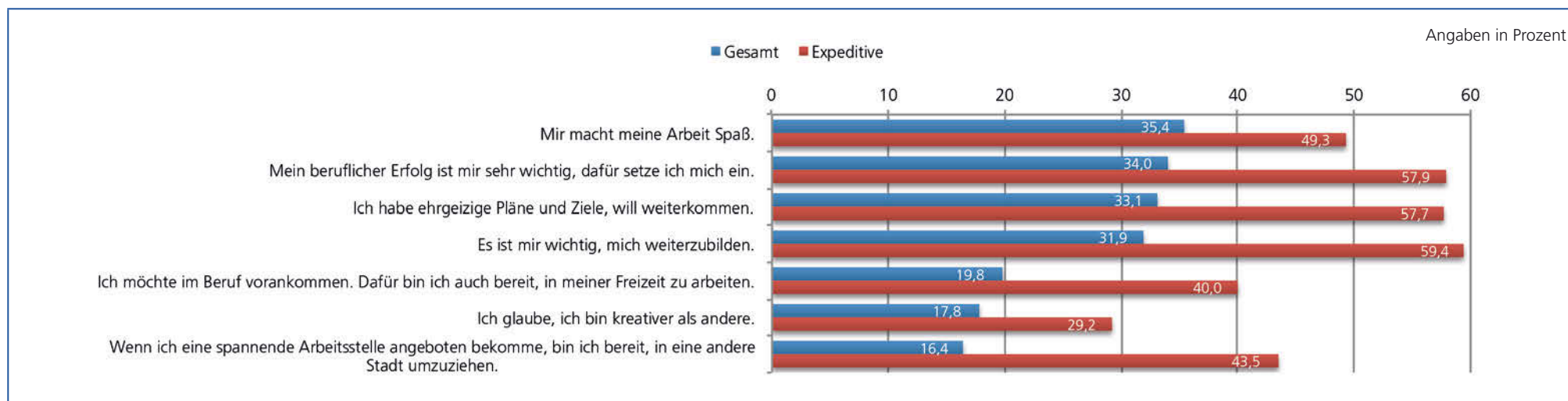
Das bedeutet aber auch: Das Ziel darf nicht zu weit weg liegen und zu abstrakt sein. Es geht um Ziele mit einem für sie praktischen Nutzen, mit einem erreichbaren und



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

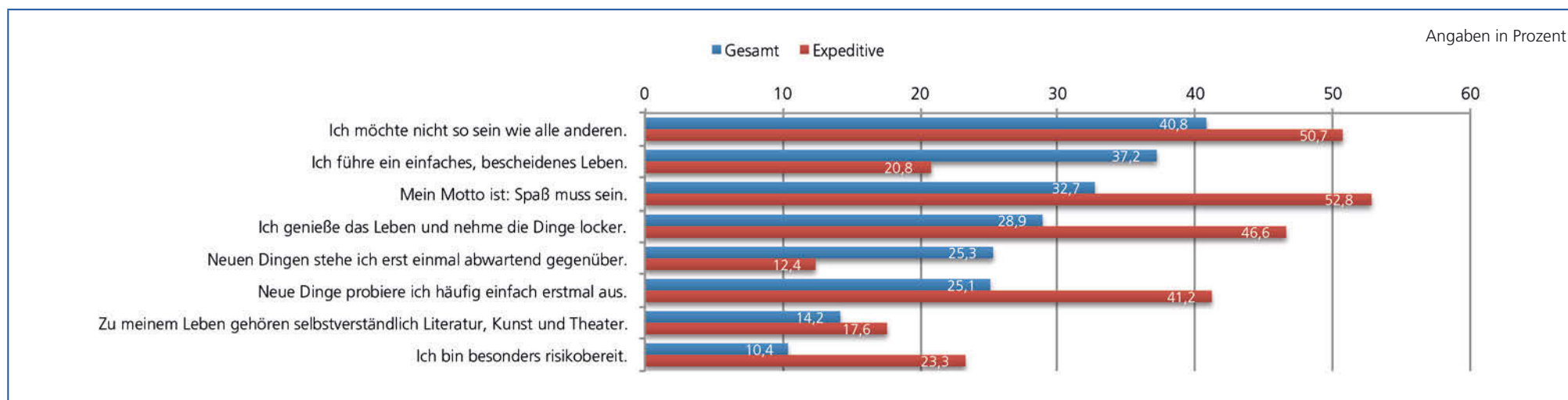
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 39: Expeditiv – Aufstiegsorientierung



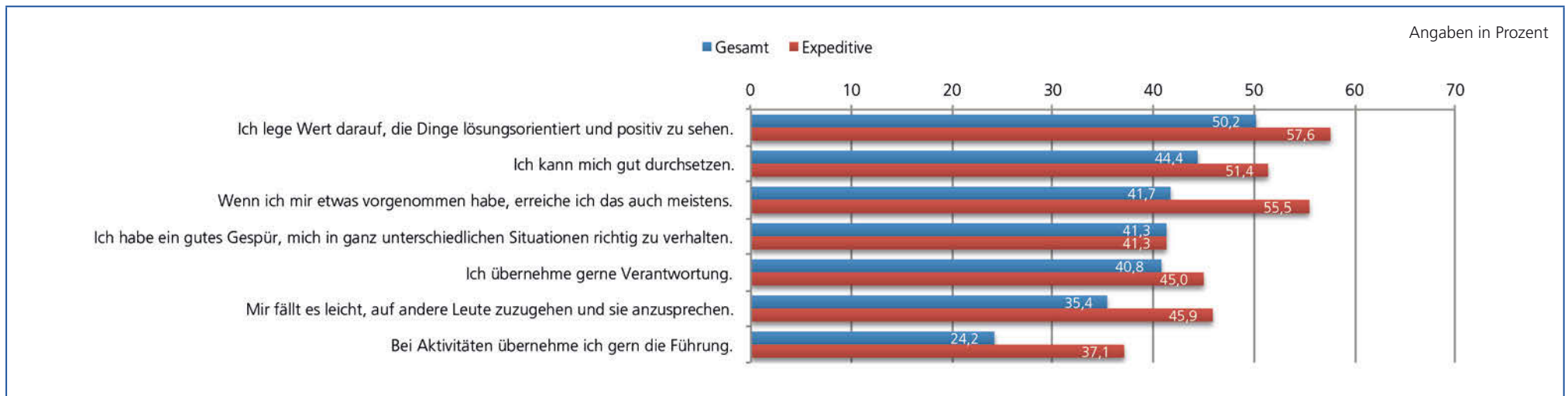
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 40: Expeditiv – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 41: Expeditive – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

realisierbaren Zeithorizont, erlebbaren Schritten, einer überzeugenden Logik und einer überschaubaren Distanz zum Ziel.

Dabei haben sie durchaus hohe Ansprüche, und das heißt auch, dass sie diese Ansprüche ebenso an andere stellen – der Austausch mit anderen muss ihnen etwas bringen. Wer sich mit ihnen einlässt bzw. sich darauf einlassen möchte, mit ihnen zu kooperieren, zu kommunizieren, der muss sich dieser Ansprüche bewusst sein, sich auf sie einstellen, mit Leidenschaft dabei sein.

Auf Abwehr und Misstrauen stößt man bei ihnen mit voraussetzungslosen „a-priori-Zielen“, wie sie beispielsweise Ideologien eigen sind, für die man sich ohne Einschränkung einsetzt. Alternativlosigkeit und ganz schlicht Langeweile führen zu Abwendung, nicht nur vom Thema, sondern auch von Menschen.

Brüche und Widersprüche sind hingegen kein Problem, sondern normal und werden eher als Vielfalt und Bereicherung denn als nicht handhabbare Komplexität verstanden und gelebt.

Bei diesem Milieu geht es aber auch immer darum, die Sprunghaftigkeit zu berücksichtigen. Commitment und Loyalität kann und darf man hier nicht erwarten; Themen,

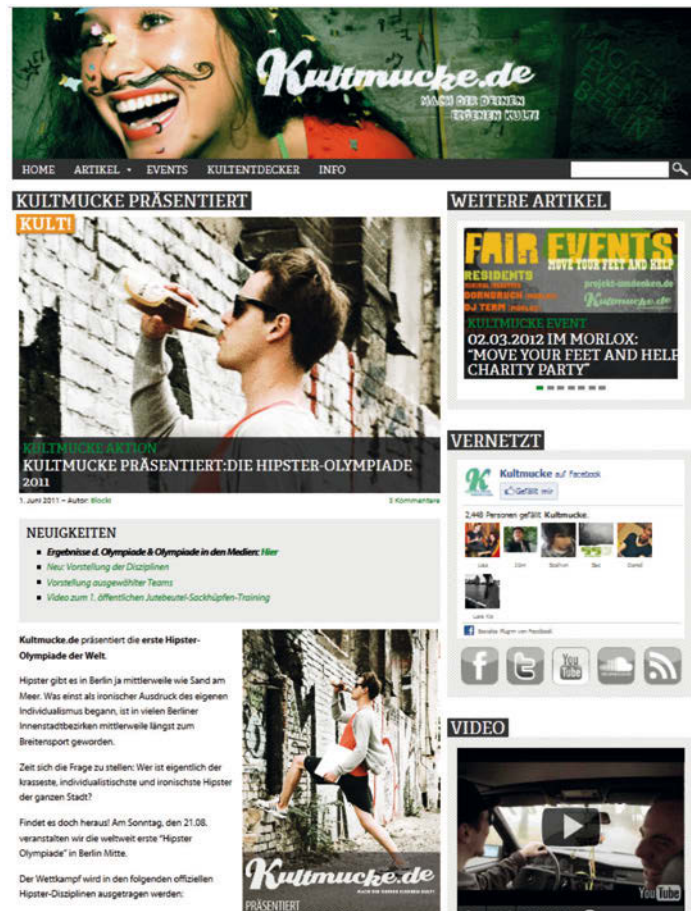
Menschen, Dinge sind nur so lange interessant, wie sie spannend sind, man Neues lernt und erfährt. Sobald es zäh und endlos wird, die eigene Kosten-Nutzen-Rechnung nicht mehr aufgeht, steigt man auch aus, begibt sich auf die Suche nach neuen Herausforderungen und Impulsen.

Aus dem Leben gegriffen: Die „Hipster-Olympiade“ – wenn Hipster sich zur Spaßdemonstration zusammenfinden

Der Begriff Hipster ist inzwischen in aller Munde und steht laut einer der vielen Definitionen des Urban Dictionary für eine Subkultur von Männern und Frauen, die typischerweise um die 20 und 30 Jahre alt sind und sich durch individuelles Denken, Gegenkultur, progressive Politik, Wertschätzung von Kunst und „Indie-Rock“, Kreativität, Intelligenz und geistreiches Geplänkel auszeichnet.⁵² Inzwischen gibt es einige (auch wissenschaftliche) Abhandlungen, die sich allein dieser Subkultur widmen; in der jüngsten beschäftigt sich der amerikanische Literaturwissenschaftler Mark Greif mit dem Phänomen.⁵³ Was genau einen Hipster ausmacht, darüber gibt es unterschiedliche

⁵² <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=hipster> [08.03.2012] (frei übersetzt).

⁵³ Mark Greif (Hrsg.) (2012): Der Hipster: Eine Transatlantische Diskussion, Edition Suhrkamp, 1. Auflage



Die Hipster Olympiade von Kultmucke.de

Quelle: Screenshot – <http://www.kultmucke.de/hipsterolympiade/> [08.03.2012]

Ausführungen; allen gemein ist aber das Bestreben, unbedingt anders zu sein als alle anderen, Individualität und Autonomie auszustrahlen, tatsächlich zu leben und dies durch einen unkonventionellen Lebensstil zum Ausdruck zu bringen. Genau aus diesem Grund können die sogenannten Hipster als Sinnbild für die Expeditiven stehen.

Im August 2011 veranstaltete das Onlinemagazin „Kultmucke.de“ für eben diese eine „Hipster-Olympiade“ in Berlin. Die nicht ganz ernst gemeinte, fast schon (selbst-)paro-

distisch anmutende Veranstaltung rief alle Hipster und auch die, die es werden wollen, dazu auf, sich in unterschiedlichen typischen Hipster-Disziplinen (beispielsweise Röhrenjeans-Tauziehen, Hornbrillenweitwurf, Jutebeutel-Sackhüpfen) zu messen. Die Veranstaltung war allerdings nicht als reine Spaßveranstaltung angedacht, sondern als eine „ironische Demonstration gegen zunehmende Gentrifizierung und damit einhergehende Homogenisierung von Lebensstilen in Berliner Innenstadtbezirken“⁵⁴. Dabei spielten aktuelle Themen wie die steigenden Mietpreise genauso eine Rolle wie unreflektiertes Konsumverhalten. Gleichzeitig hielten die Veranstalter die Teilnehmer dazu an, „das Lebensmodell Hipster“⁵⁵ kritisch zu hinterfragen, und riefen mit folgenden Fragen zu Selbstreflexion auf:

- „Ist es denn okay, wenn es wichtiger ist, als erster das neue iPhone zu besitzen, als sich um die Briefwahlunterlagen für die Landtagswahl zu kümmern?“⁵⁶
- „Sollte unsere Generation nicht etwas Konstruktiveres mit ihrer Zeit anfangen, als immer nur auf der Suche nach dem neuesten Konsumtrend zu sein?“⁵⁷

Trotz politischer Untertöne ging es bei dieser Veranstaltung wohl in erster Linie um Spaß. Typisch für die Expeditiven ist, dass diese Veranstaltung außerdem durch eine gewisse Kurzweiligkeit geprägt ist: Es gibt einen festen Termin, an dem die Olympiade stattfindet; das Ziel ist klar, die Erfolgsaussichten absehbar und bei Weitem nicht unrealistisch. Expeditiv würden in diesem Fall Energie in die Vorbereitungen investieren und einen gewissen Ehrgeiz entwickeln, als „Bester Hipster“ gekürt zu werden. Dass in die Veranstaltung selber viel Zeit für die Vorbereitungen investiert wurde, zeigt allein schon die Aufmachung auf der Website des Veranstalters Kultmucke.de. Es wurden Regeln und Spiele erarbeitet und zusammengestellt; es gibt eine Anmeldung für die Teams und Preise für die Gewinner. In der Organisation und letztendlichen Umsetzung ist die Olympiade also durchaus anspruchsvoll und aufwendig. Allerdings bleibt fraglich, was das Ergebnis ist. Wurde sich kritisch und ernsthaft mit dem eigenen Lebensmodell auseinandergesetzt? Konnte und wollte man etwas verändern? Und wenn ja, was? Das eigene Bewusstsein, das der anderen? Am Ende ist nicht ganz klar, ob tatsächlich gegen Gentrifizierung und steigende Mietpreise vorgegangen wurde. Aber es hat mit Sicherheit Spaß gemacht!

54 <http://www.kultmucke.de/hipsterolympiade/> [08.03.2012]

55 <http://www.kultmucke.de/hipsterolympiade/> [08.03.2012]

56 <http://www.kultmucke.de/hipsterolympiade/> [08.03.2012]

57 <http://www.kultmucke.de/hipsterolympiade/> [08.03.2012]



©T. Lannuzel

Experimentalisten

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 42: Experimentalisten – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	7 % – 4,92 Mio.
Geschlechterverhältnis	47,2 % Männer, 52,8 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Die Ähnlichkeit der Milieunamen deutet es schon an: Die Experimentalisten gleichen den Expeditiven in vielerlei Hinsicht. Ein Blick auf die Altersstruktur hebt das hervor, denn sie ähneln sich stark, auch wenn die Experimentalisten im Schnitt rund zehn Jahre älter sind als die Expeditiven. Gerade die jungen Altersgruppen der 14- bis 17-Jährigen

und der 18- bis 29-Jährigen sind stark überrepräsentiert. Die älteren Altersgruppen ab 45 Jahren sind hingegen zum Teil stark unterrepräsentiert.⁵⁸

Im Unterschied zu den Expeditiven sind Migranten unter den Experimentalisten mit 15 Prozent durchschnittlich vertreten.⁵⁹

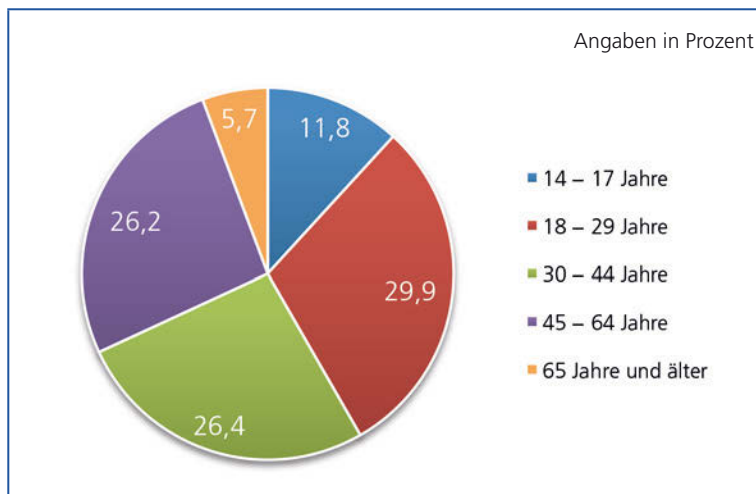
Ein Blick auf das Bildungsniveau (gemessen am höchsten Schulabschluss) verdeutlicht aber auch Unterschiede zwischen den beiden Kritisch-kreativen Milieus: Die Expeditiven verfügen, wenn sie ihre schulische Ausbildung bereits abgeschlossen haben, über ein äußerst gutes Bildungsniveau. Im direkten Vergleich zeigt sich, dass der Anteil derjenigen, die die Schule mit der (Fach-)Hochschulreife abgeschlossen haben, nahezu doppelt so hoch ist wie bei den Experimentalisten (24,2 Prozent; bei den Expeditiven sind es 44,1 Prozent). Auffällig ist auch, dass unter den Experimentalisten diejenigen stark überrepräsentiert sind, die keinen Schulabschluss haben.⁶⁰ 30,1 Prozent der Ex-

⁵⁸ Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III

⁵⁹ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

⁶⁰ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Filter: ohne Schüler bis Klasse 13; hier gilt zu beachten, dass die Fallzahl für diejenigen, die keinen Schulabschluss haben, sehr gering ausfällt (258 Fälle von insgesamt 19.023 Fällen); im Schnitt haben 1,3 Prozent der Befragten keinen Schulabschluss; bei den Experimentalisten sind es 2,8 Prozent, das entspricht 39 Fällen.

Abbildung 43: Experimentalisten – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

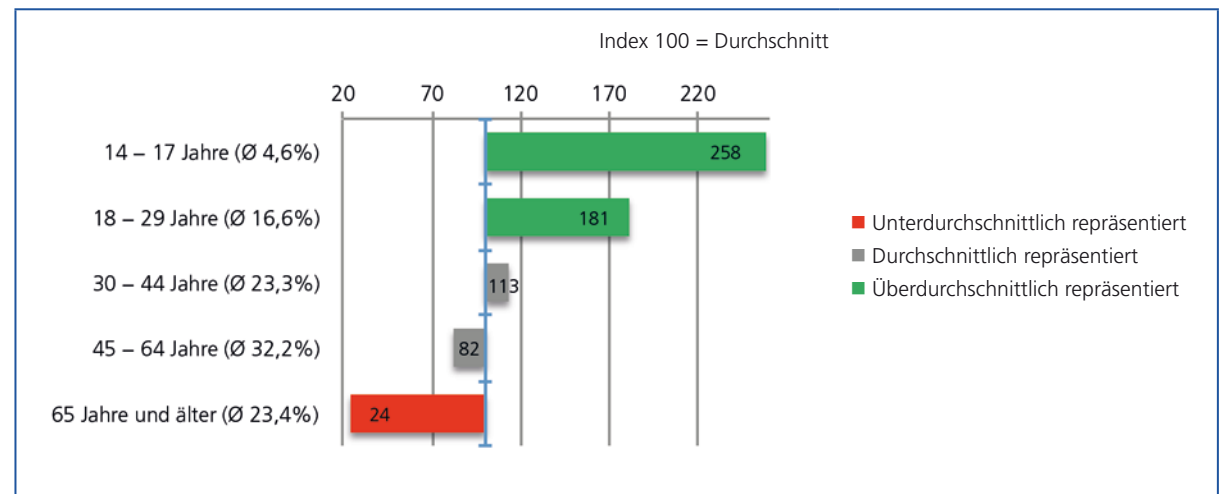
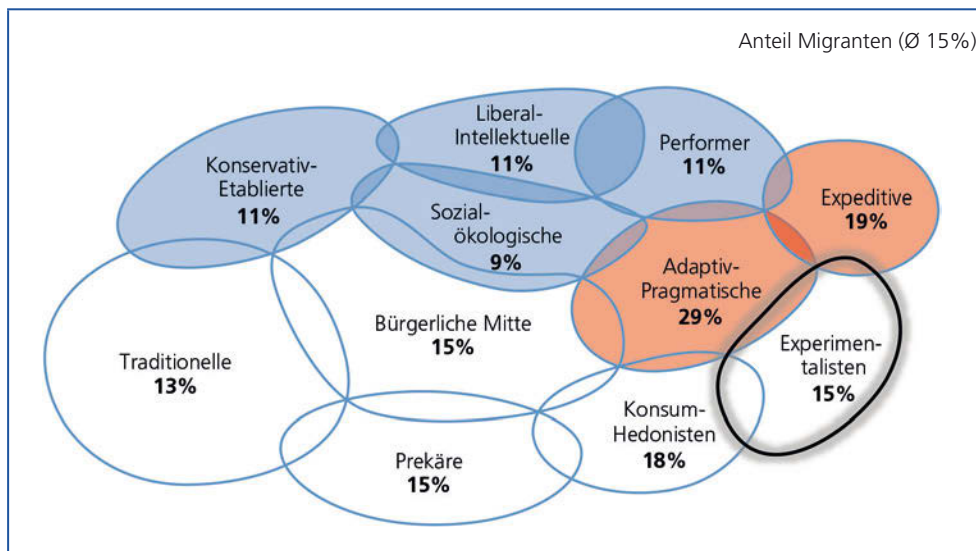


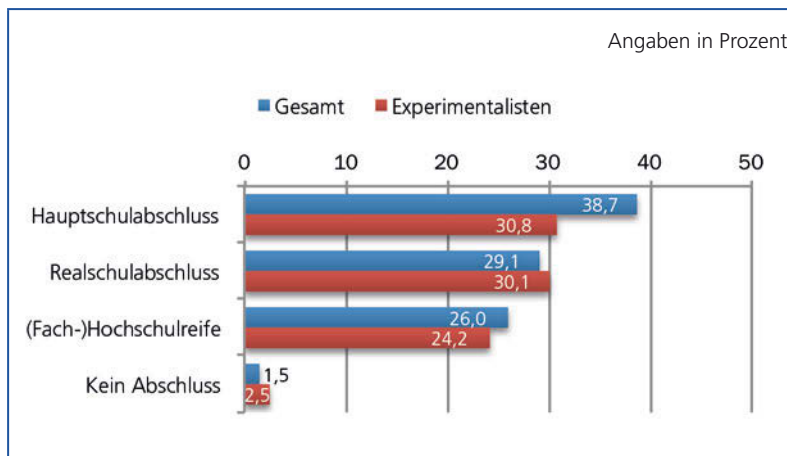
Abbildung 44: Experimentalisten – Anteil Migranten


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

perimentalisten verfügen allerdings über einen Realschulabschluss, 30,8 Prozent haben die Schule mit dem Hauptschulabschluss beendet.

Wie bei den Expeditiven ist auch unter den Experimentalisten der Anteil derjenigen, die sich noch in Ausbildung befinden, im Vergleich zu einigen anderen Milieus recht hoch: 23,5 Prozent der Experimentalisten sind Schüler, Studenten oder Lehrlinge. Im Gegensatz zu den Expeditiven (47,4 Prozent) fällt der Anteil jedoch verhältnismäßig gering aus, was sicherlich auch mit dem höheren durchschnittlichen Alter der Experimentalisten im Zusammenhang steht. Das spiegelt sich auch im Anteil der Berufstätigen: Experimentalisten (58,7 Prozent) sind häufiger berufstätig als Expeditiv (49,1 Prozent). Auf der anderen Seite haben die Experimentalisten nach den Prekären unter den Milieus eine der höchsten Arbeitslosenraten: 10,1 Prozent der Experimentalisten geben an, vorübergehend arbeitslos zu sein (zum Vergleich: Der Durchschnitt liegt bei 5 Prozent, bei den Prekären sind es 18,5 Prozent, bei den Expeditiven 4,2 Prozent, bei den Performern 1 Prozent).

Das Haushaltseinkommen ist in diesem Milieu relativ gleichmäßig verteilt, nur die äußerst geringen Haushaltsnettoeinkommen sind überrepräsentiert. Insgesamt verfügt knapp ein Viertel der Experimentalisten (27,5 Prozent) über ein niedriges Haushaltsnettoein-

Abbildung 45: Experimentalisten – Schulabschluss


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

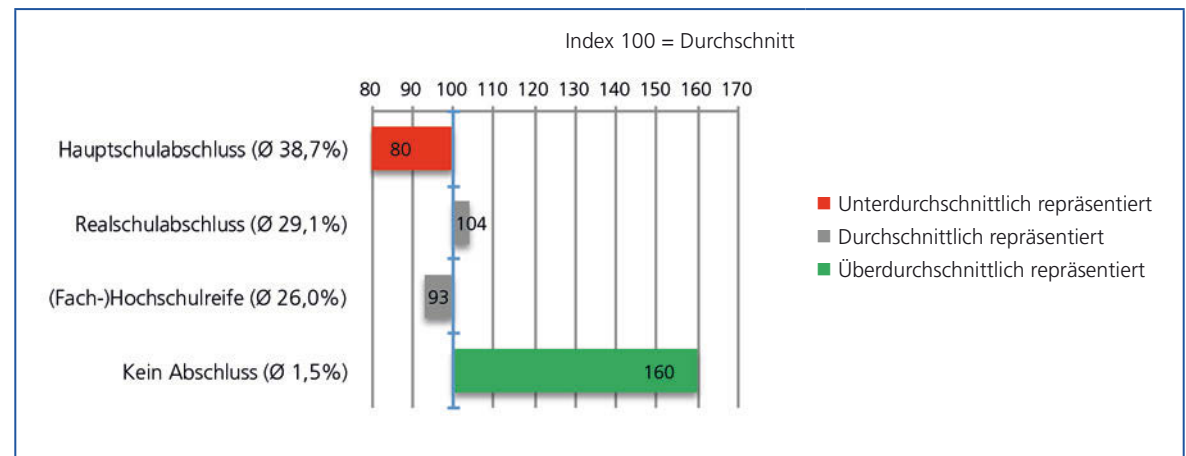
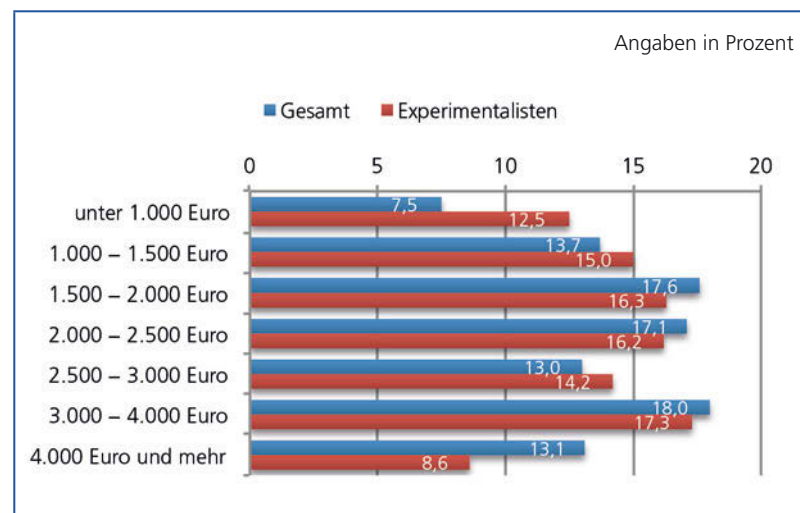
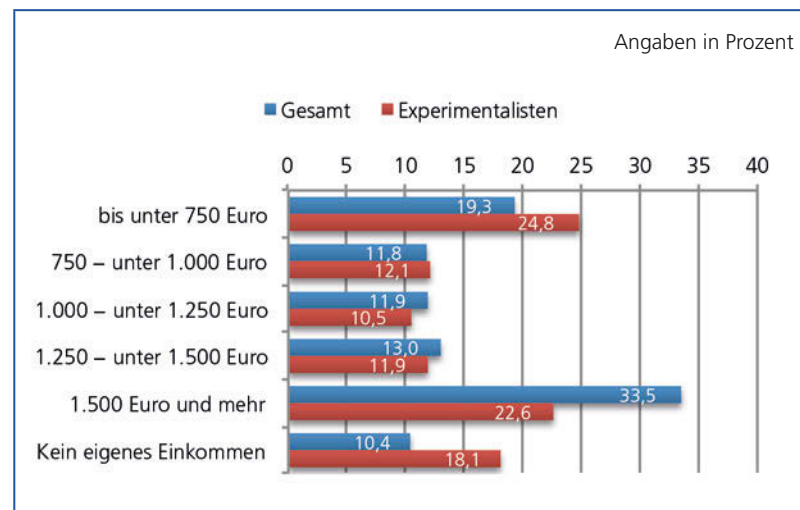


Abbildung 46: Experimentalisten – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 47: Experimentalisten – Eigenes Einkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

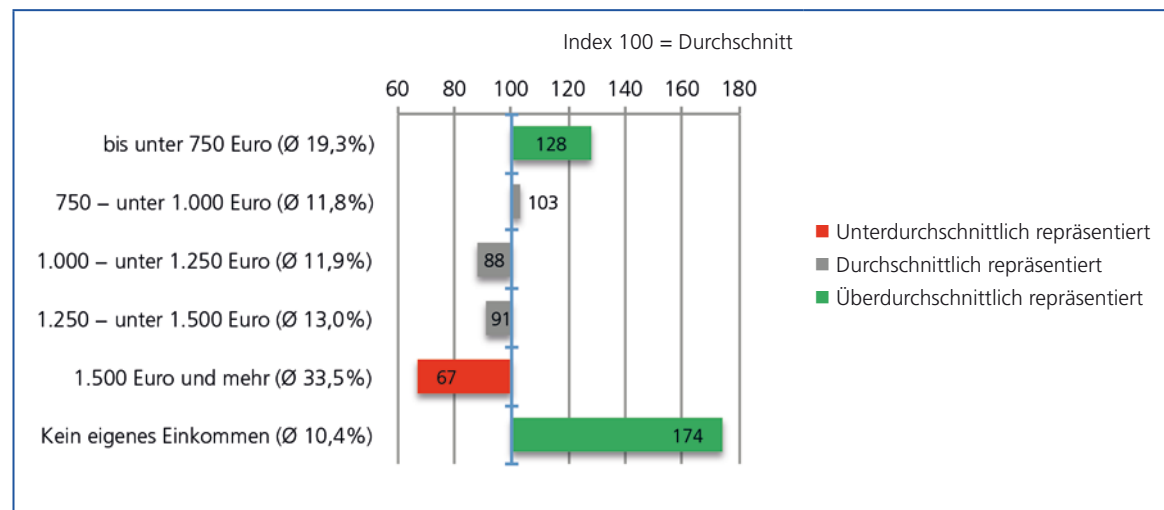
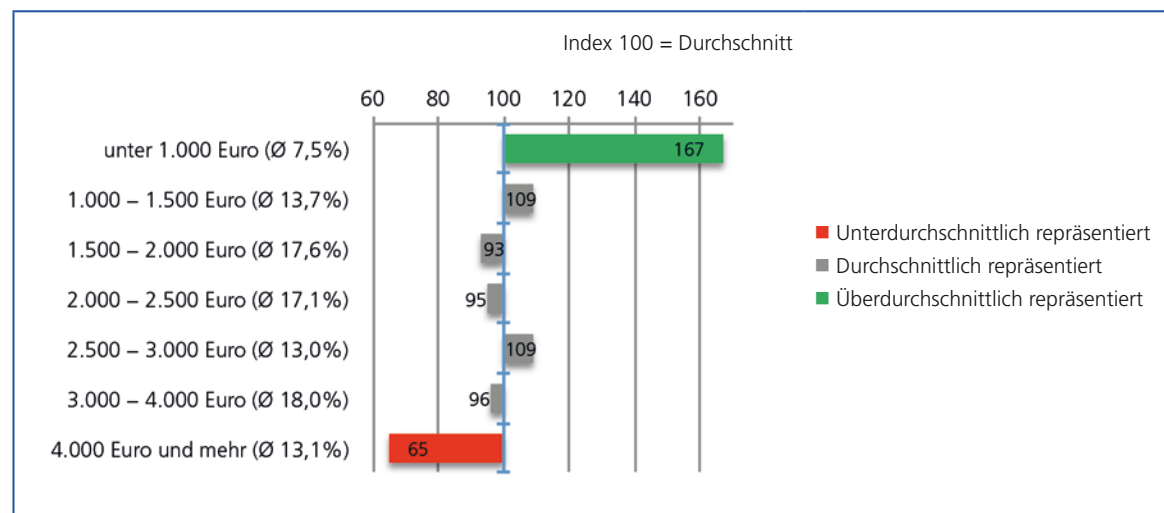
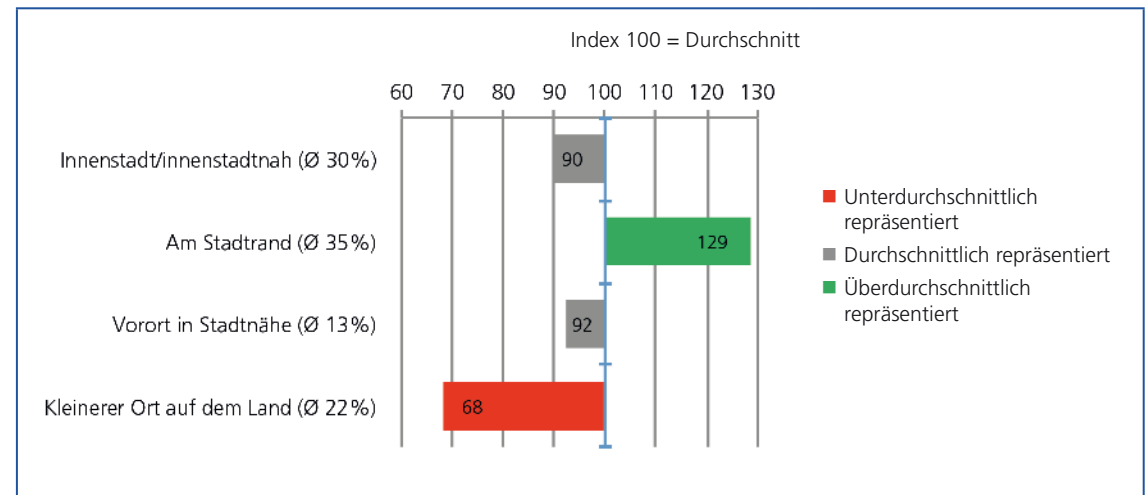
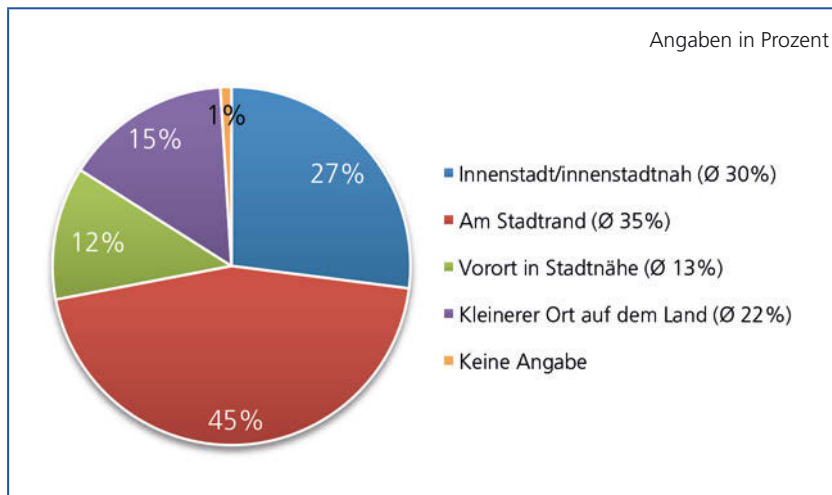


Abbildung 48: Experimentalisten – Derzeitiger Wohnort



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

kommen von weniger als 1.500 Euro, 32,5 Prozent verfügen über mittlere Haushaltsnettoeinkommen (1.500 Euro bis unter 2.500 Euro) und 40,1 Prozent über hohe Haushaltsnettoeinkommen (2.500 Euro und mehr). Allerdings gilt hier, ähnlich wie bei den Expeditiven und den Adaptiv-Pragmatischen, zu beachten, dass auch die Expeditiven vergleichsweise oft (noch) nicht über ein eigenes Einkommen verfügen (18,1 Prozent) und ein knappes Viertel der Experimentalisten selbst weniger als 750 Euro eigenes Einkommen zur Verfügung hat.⁶¹

Ein großer Teil (41,2 Prozent) der Experimentalisten lebt in Mehrpersonenhaushalten gemeinsam mit Kindern unter 18 Jahren. 47,4 Prozent geben an, eigene Kinder zu haben. Sie sind überdurchschnittlich oft ledig (55 Prozent – im Durchschnitt sind 29,6 Prozent der Befragten ledig) und unterdurchschnittlich oft verheiratet (32,5 Prozent im Vergleich zu einem Durchschnitt von 53,5 Prozent).

Mit Blick auf den Wohnort der Experimentalisten fällt auf, dass kleinere Orte auf dem Land deutlich unterrepräsentiert sind. Ein größerer Teil des Milieus lebt derzeit vorzugsweise am Stadtrand und 27 Prozent in der Innenstadt bzw. in der Nähe der Innenstadt.

Die Experimentalisten sind den Expeditiven in vielen Aspekten sehr ähnlich – das trifft auch auf ihre Lebenswelt, ihr Alltagsleben und Umfeld zu. Allerdings gibt es in vielen Einstellungen, beispielsweise hinsichtlich Beruf und Karriere, deutliche Unterschiede zwischen den beiden Milieus.

Die Experimentalisten sind noch deutlich spaßorientierter als die Expeditiven. Beruf und Karriere spielen in ihrem Leben keine allzu große Rolle. Einen Job braucht man, um leben zu können, aber er muss eigentlich nur für die Grundversorgung reichen. Hoch hinaus und die Karriereleiter aufsteigen wie die Performer, das ist nicht ihr Ding. In diesem Sinne kann der Job durchaus Mittel zum Zweck sein. Aber nicht nur um Sicherheit für sich und seine Familie zu schaffen, sondern auch, um das Leben im Hier und Jetzt zu sichern. Was danach passiert, darum kann man sich auch kümmern, wenn es soweit ist. Hier unterscheiden sie sich stark von den Adaptiv-Pragmatischen, die ihre berufliche Laufbahn mit Pragmatismus und Opportunismus angehen.

Dennoch kann sich in ihrem beruflichen Werdegang ihr Lebensstil spiegeln. Sie führen gerade im Vergleich zu den Leitmilieus ein eher alternatives Leben und richten sich ganz bewusst gegen bestimmte Normen und Regeln, die für andere Milieus selbstverständlich sind. Sie brechen gerne mit Konventionen und könnten sich beispielsweise

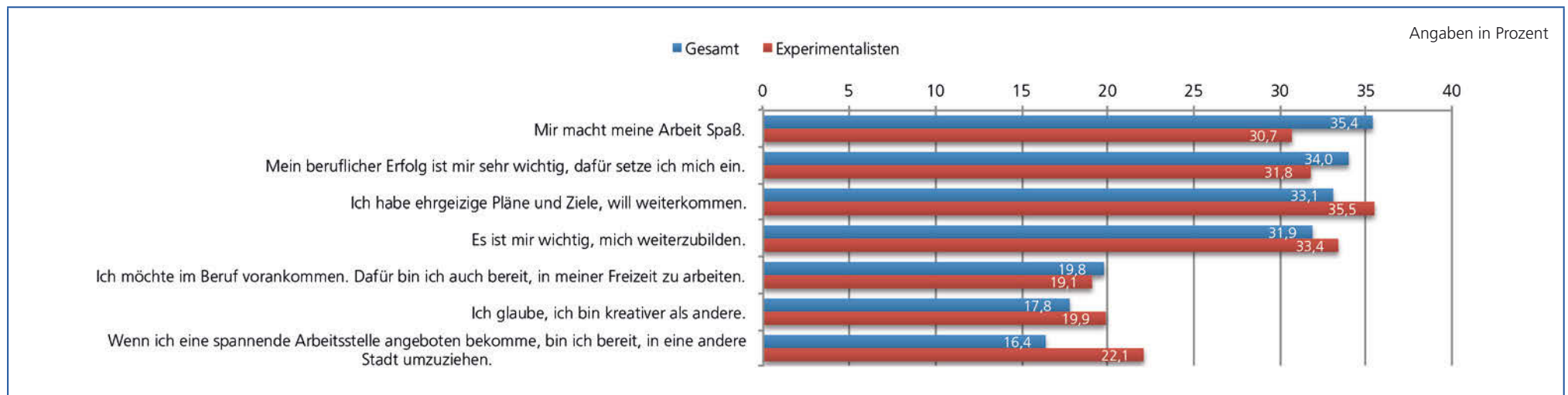
⁶¹ Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III



Das individualistische Segment mit ausgeprägter Lebens- und Experimentierfreude: Vorliebe für Unkonventionelles, Distanz zum popkulturellen Mainstream, Leben in Szenen und Netzwerken.

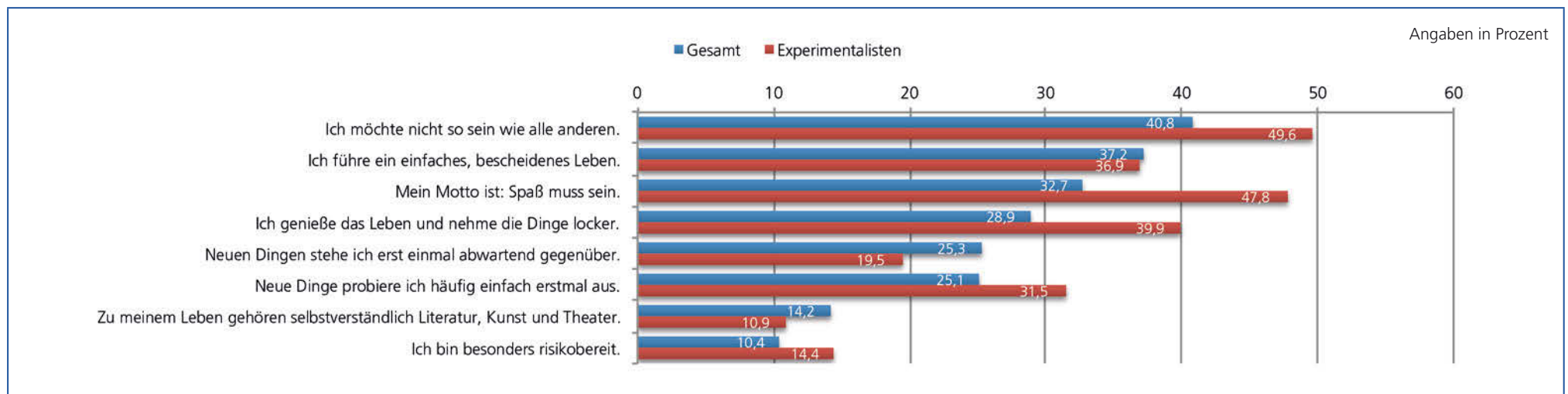
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 49: Experimentalisten – Aufstiegsorientierung



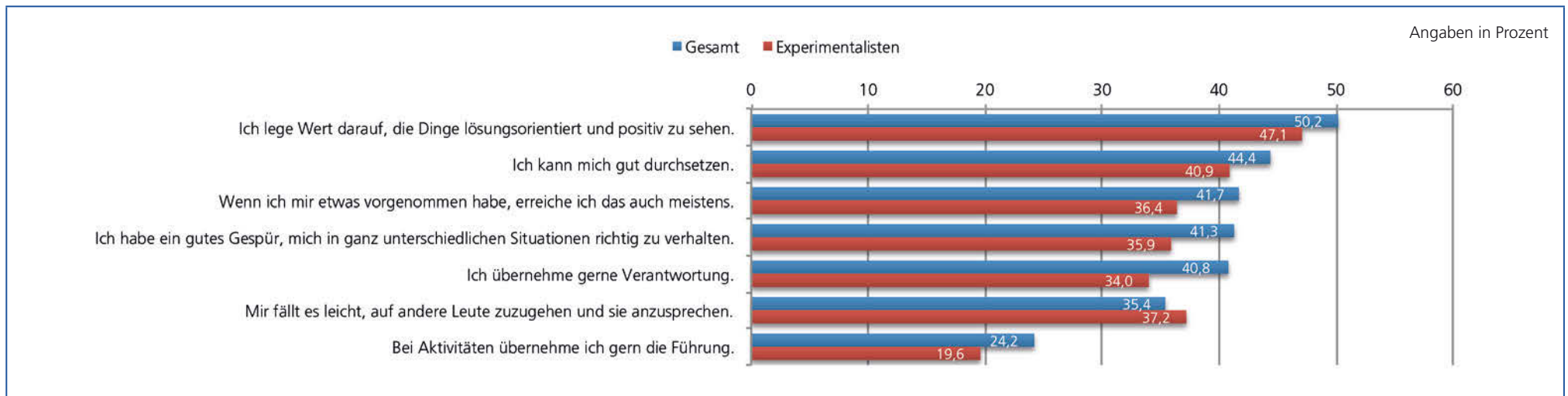
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 50: Experimentalisten – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 51: Experimentalisten – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

ein Leben wie die Bürgerliche Mitte nicht vorstellen. Vieles im Leben machen sie anders als die meisten – und das ganz selbstverständlich. So kann man beispielsweise davon ausgehen, dass sie gerne und lange in Wohngemeinschaften leben, schlicht, weil es das Leben aus ihrer Sicht einfacher, angenehmer und lebenswerter macht. Auf diese Weise können viele Dinge im Alltag geteilt werden, vom Einkauf bis zur Versorgung der Kinder.

Spaß hat bei den Experimentalisten eine recht hohe Priorität. Das Leben muss man genießen, schließlich hat man nur eines. Viele andere Dinge spielen da nur eine untergeordnete Rolle. Viele Entscheidungen des Alltags treffen sie aus dem Bauch heraus und nicht aus Gründen der Vernunft.

Sie sind unkonventionell und leben intensiv, in den Augen manch anderer Milieus (Bürgerliche Mitte, Traditionelle) extrem. Gerade von den Bürgerlichen Milieus grenzen sie sich bewusst ab. Deren „Spießigkeit“, „Normalität“ und Regelkonformität ist ihnen nicht nur fremd, sondern auch ein Gräuel. So zu leben, liegt jenseits ihrer Vorstellungen. Sie wollen sich nicht anpassen, nicht ein getriebenes Rädchen im Uhrwerk sein, von dem erwartet wird, dass es auf eine ganz bestimmte Art und Weise zu funktionie-

ren hat. In diesem Sinne wollen sie öfter auch provozieren, mit ihrem unkonventionellen Lebensstil, aber auch mit der Ablehnung von Regeln, Konformität und Anpassung. Sie sind in diesem Sinne viel und auch absichtlich provozierender als die Expeditiven. Da, wo die Expeditiven ein (wenn auch nicht langfristig angelegtes) Ziel verfolgen, darauf aus sind, mit dem, was sie tun, in irgendeiner Art und Weise erfolgreich zu sein, steht für die Experimentalisten in erster Linie Spaß im Vordergrund. Das heißt nicht, dass alles, was sie tun, aus ihrer Sicht keinen Sinn hat; für sie macht alles einen Sinn – sie provozieren und stellen dabei andere Lebensstile, Regeln und Normen kritisch infrage. Sie passen sich ungerne an und kritisieren damit die aus ihrer Sicht zum Teil unreflektierte Anpassung an das, was uns die Gesellschaft vorschreibt. In dieser Hinsicht scheinen sie auf den ersten Blick den Konsum-Hedonisten zu ähneln, bei genauerer Betrachtung fällt allerdings auf, dass der Lebensstil der Experimentalisten selbst gewählt ist – sie sind mit dem, was sie haben, zufrieden. Konsum-Hedonisten hingegen hätten oft gerne ein bisschen mehr, möchten sich gerne mehr leisten können, mehr machen können.

Dieser aus Sicht anderer fast schon provokante Lebensstil der Experimentalisten ist solange kein Problem, wie sie jung sind. Zwar ist der Anteil der unter 30-Jährigen in diesem Milieu sehr hoch, doch auch Experimentalisten werden irgendwann älter und

laufen dann Gefahr, als Sonderlinge, deren Situation immer auswegloser wird, nicht mehr ganz ernst genommen zu werden. Besonders dann erfahren sie von anderen, besonders von den Milieus des Mainstreams und den Gesellschaftlichen Leitmilieus, Unverständnis – in einem bestimmten Alter gehört sich diese Art von Lebensstil einfach nicht mehr, irgendwann muss man wissen, wo man hingehört. Aber auch mit jüngeren Vertretern ihres eigenen Milieus können dann Konflikte entstehen und zu Verbitterung, Depression und Frust unter den Älteren führen. Zu den einen möchte man nicht gehören, aber zum eigenen Umfeld passt man auch nicht mehr recht.

Ihr direktes Umfeld setzt sich in erster Linie aus ihresgleichen zusammen – andere Experimentalisten bzw. hinsichtlich der Spaßorientierung Gleichgesinnte. Nichtsdestotrotz kann ihr weiteres Umfeld sehr vielfältig sein. Bei aller Provokation sind sie gerade Neuem und Unbekanntem gegenüber aufgeschlossen und bis zu einem gewissen Grad tolerant, solange man sie machen lässt und nicht versucht, sie hin zur (vermeintlichen) „Normalität“ zu verändern. Frei nach dem Motto „Leben und leben lassen“ können sie gut mit Ambivalenzen und für sie Fremdartigem in ihrem Umfeld umgehen.

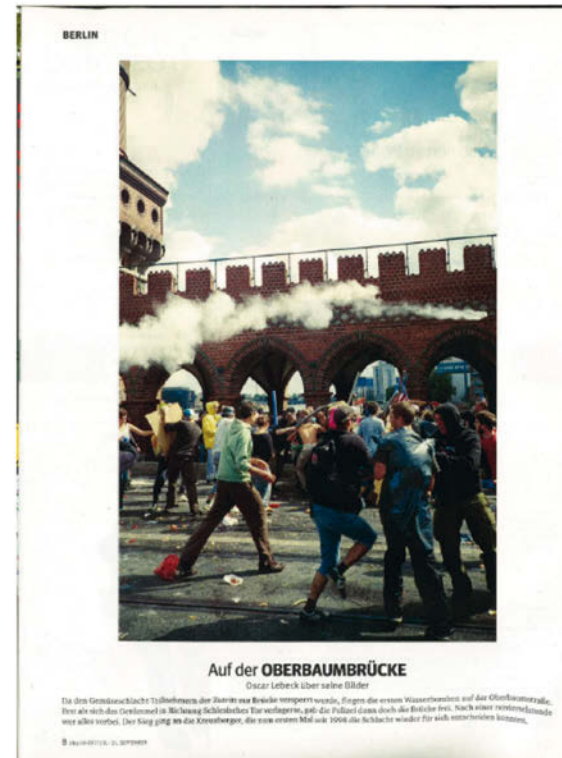
Aus dem Leben gegriffen: Wasser- und Gemüseschlachten – was passiert, wenn zwei Stadtteile mit Wasser und faulem Gemüse gegeneinander antreten?

Wasser- bzw. Gemüseschlachten haben besonders in Berlin eine gewisse Tradition: Die erste Schlacht fand 1998 zum ersten Mal auf der Oberbaumbrücke statt. Dabei treten die beiden „zwangsverheirateten“ Bezirke Friedrichshain und Kreuzberg gegeneinander auf der Oberbaumbrücke an, um durch gegenseitigen Beschuss mit Wasser und faulem Gemüse den jeweils anderen Bezirk zu „erobern“.

Diese Schlachten haben einen parodistischen Charakter, trotz der (sporadischen) Beteiligung der Piratenpartei keinen politischen Hintergrund und laufen, vom Beschuss mit Gemüse abgesehen, meist friedlich ab.

Das Ziel ist schlichtweg gewinnen, um die vermeintliche Herrschaft über den anderen Bezirk zu erlangen. Konsequenzen sind daran nicht gebunden; nach der Schlacht geht jeder seiner Wege. Es geht in erster Linie um Ruhm und Ehre – verbunden mit einem (subjektiv) sehr hohen Spaßfaktor.

Auch wenn die Schlachten in Berlin inzwischen auf über zehn Jahre Geschichte zurückblicken, können sie als Sinnbild der „Experimentellen Lebenswelt“ verstanden werden, denn sie sprechen den doch eher kurzfristigen Aktivismus des Milieus an: Es gibt ein

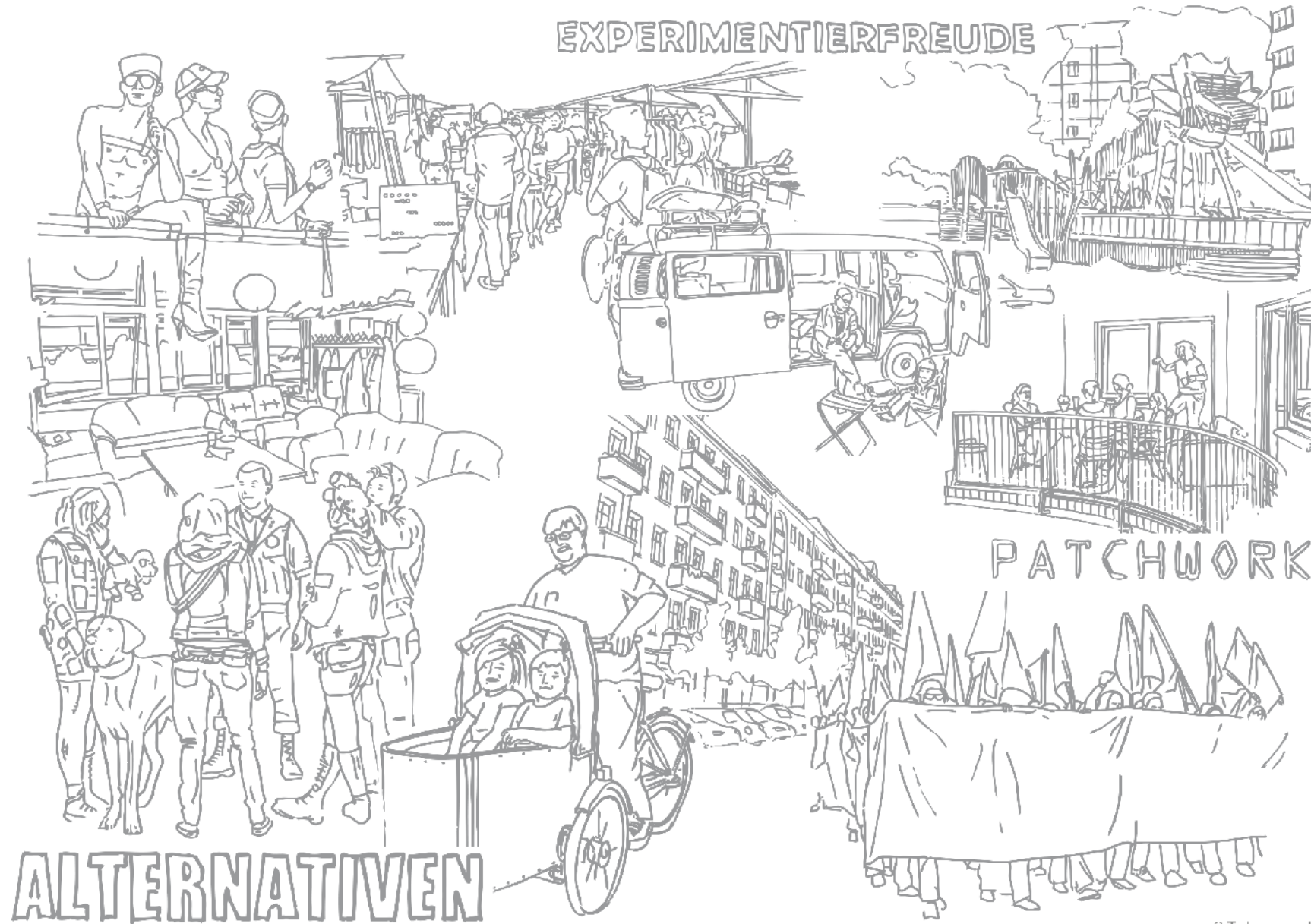


Wasserschlacht auf der Oberbaumbrücke 2011 – Kreuzberg gewinnt zum ersten Mal seit 1998
Bild von Oscar Lebeck
Quelle: Zitty, Heft 19/2011 vom 8. bis 21. September, S. 8

Im Gegensatz zur Hipster-Olympiade ist der organisatorische Aufwand nicht allzu hoch, außer für die Veranstalter selber, die sich um die Termine und Anmeldung kümmern müssen. Ansonsten reichen schon ein paar Hände voll Obst und Gemüse oder Wasserbomben und ein wenig Sportsgeist.

klares Datum, die Vorbereitungen sind klar, das Ziel ist klar, ein Sieg fordert kein weiteres Engagement, der Zeithorizont ist klar abgesteckt und überschaubar – und der Spaß kommt nicht zu kurz.

Die Kurzfristigkeit findet sich allerdings auch in Problemen mit den Schlachten wieder, denn obwohl es die Schlachten schon seit einigen Jahren gibt, finden sie zum Teil recht sporadisch statt. Aufgrund von Problemen mit der Gemüsebeseitigung nach der Schlacht und der Tatsache, dass 2005 in Berlin ein Auto ausbrannte, wurde sie in den folgenden Jahren abgesagt. Die Loyalität zum Stadtteil scheint nur bis zum angestrebten Sieg zu reichen; für die Beseitigung des entstandenen Mülls fühlte sich zuweilen allerdings niemand verantwortlich.



© T. Lannuzel

Milieus des Bürgerlichen Mainstreams

Zu den Milieus des (Bürgerlichen) Mainstreams zählen wir insgesamt drei Milieus: die Sozialökologischen, die Bürgerliche Mitte sowie die Adaptiv-Pragmatischen. Diese Milieus befinden sich im Milieumodell mittig und stellen entsprechend ihrer mittigen Position die Mitte bzw. den Mainstream der Gesellschaft dar. Sie haben einige Gemeinsamkeiten, unterscheiden sich in anderen Aspekten allerdings auch stark.

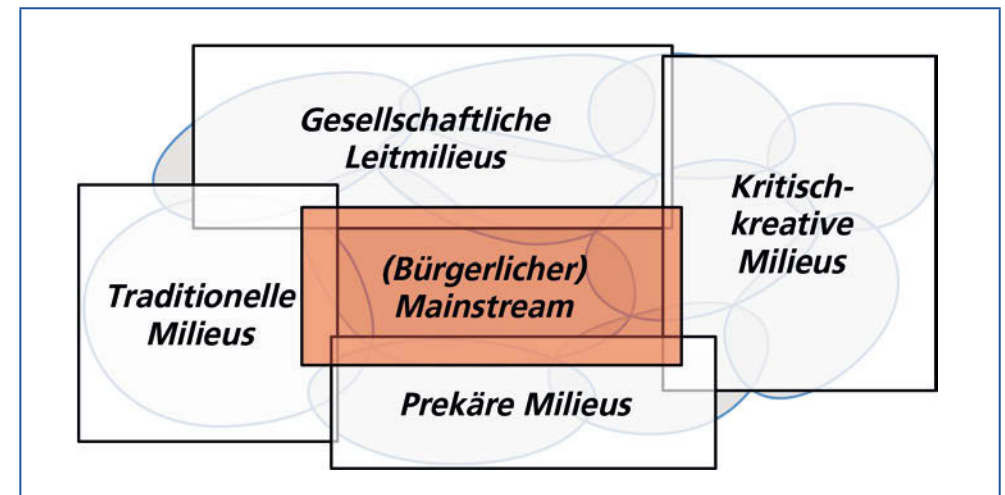
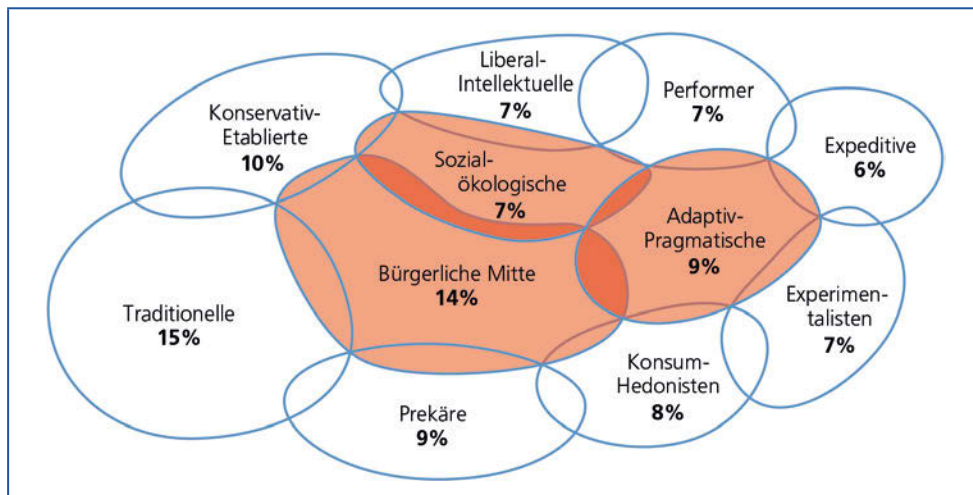
Gemein ist diesen drei Milieus, dass sie einerseits zwar recht modern sind, jedoch bei aller Modernität eine doch recht konservative Grundeinstellung aufweisen. Ordnung und Überschaubarkeit ist ihnen wichtig, ganz besonders der Bürgerlichen Mitte. Allen ist Familie ein zentrales Thema im Leben, sie bildet für viele dieser Milieus den Dreh- und Angelpunkt ihres Alltags.

Im Hinblick auf ihre Aufstiegsorientierung, die Bedeutung von Beruf und Karriere fallen sie hinter den Leitmilieu zum Teil deutlich zurück. Die Adaptiv-Pragmatischen weisen

hier noch die größten Ambitionen auf, weichen allerdings in ihren Motiven stark von anderen Milieus, wie beispielsweise den Performern, ab.

Innerhalb des Bürgerlichen Mainstreams gibt es aber auch einige Unterschiede. Das offenbart besonders ein Blick auf die Altersstruktur der drei Milieus: Die Bürgerliche Mitte ist das älteste Milieu, die Adaptiv-Pragmatischen hingegen sind zum Teil noch sehr jung und befinden sich dementsprechend auch in einer anderen Lebensphase als die Bürgerliche Mitte oder die Sozialökologischen. Oft stehen die Adaptiv-Pragmatischen gerade erst am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn oder der Familiengründung. Das sind Lebensphasen, die die anderen beiden Milieus bereits (lange) hinter sich gelassen haben. Im Umkehrschluss heißt das, dass sich diese Milieus mit Blick auf die Einkommensstruktur unterscheiden, aber auch bezüglich ihrer Bedürfnisse in anderen Lebensbereichen (beispielsweise Wohnen).

Abbildung 52: Die Milieus des Bürgerlichen Mainstreams



Quelle: vhw/Sinus-Institut Heidelberg, 2011

Sozialökologische

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 53: Sozialökologische – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	7 % – 4,88 Mio.
Geschlechterverhältnis	39,9 % Männer, 60,1 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Der Altersschwerpunkt der Sozialökologischen liegt mit 42,9 Prozent bei den 45- bis 64-Jährigen. Das ist auch die Altersgruppe, die innerhalb dieses Milieus überrepräsentiert ist. Besonders schwach sind in diesem Milieu die unter 30-Jährigen vertreten, sie machen gerade mal einen Anteil von 14,7 Prozent aus. Deutlich unterrepräsentiert sind

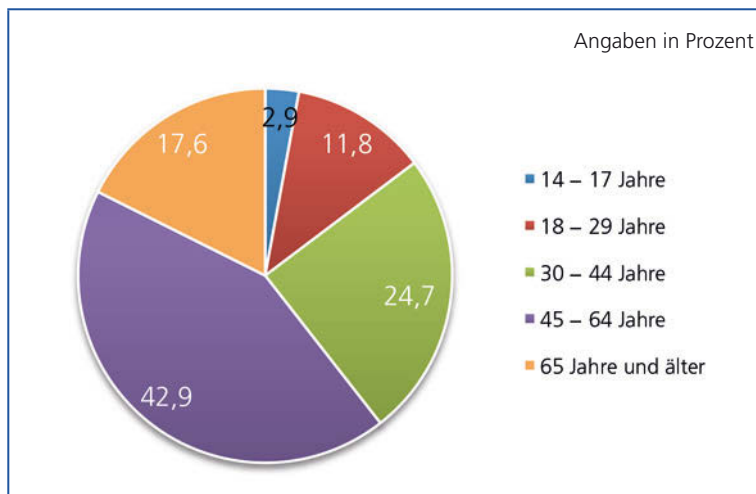
aber auch jene, die 65 Jahre und älter sind.⁶² Migranten sind in diesem Milieu mit 9 Prozent deutlich unterrepräsentiert im Vergleich zu einem durchschnittlichen Migrantenanteil von 15 Prozent.⁶³

Sozialökologische haben ein recht gehobenes Bildungsniveau: 32,4 Prozent haben ihre Schulbildung mit der (Fach-)Hochschulreife abgeschlossen, 30 Prozent mit einem Realschulabschluss. Die (Fach-)Hochschulreife ist damit innerhalb dieses Milieus deutlich überrepräsentiert, wohingegen der Hauptschulabschluss mit 33,4 Prozent im Vergleich zum Durchschnitt leicht unterrepräsentiert ist. Über die Hälfte der Sozialökologischen geht einer Berufstätigkeit nach (60,6 Prozent). Dabei sind vor allem diejenigen überrepräsentiert, die teilweise im eigenen oder im fremden Betrieb berufstätig sind (20,6 Prozent; der Durchschnitt liegt bei 10,8 Prozent). Viele unter den Sozialökologischen sind als Angestellte bzw. Beamte tätig (58,9 Prozent), überdurchschnittlich oft sind sie in Positionen als mittlere bzw. qualifizierte Angestellte (35,8 Prozent) zu finden. Vergleichsweise häufig geht das Milieu einer selbstständigen Tätigkeit nach und mit Blick

62 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

63 Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 54: Sozialökologische – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

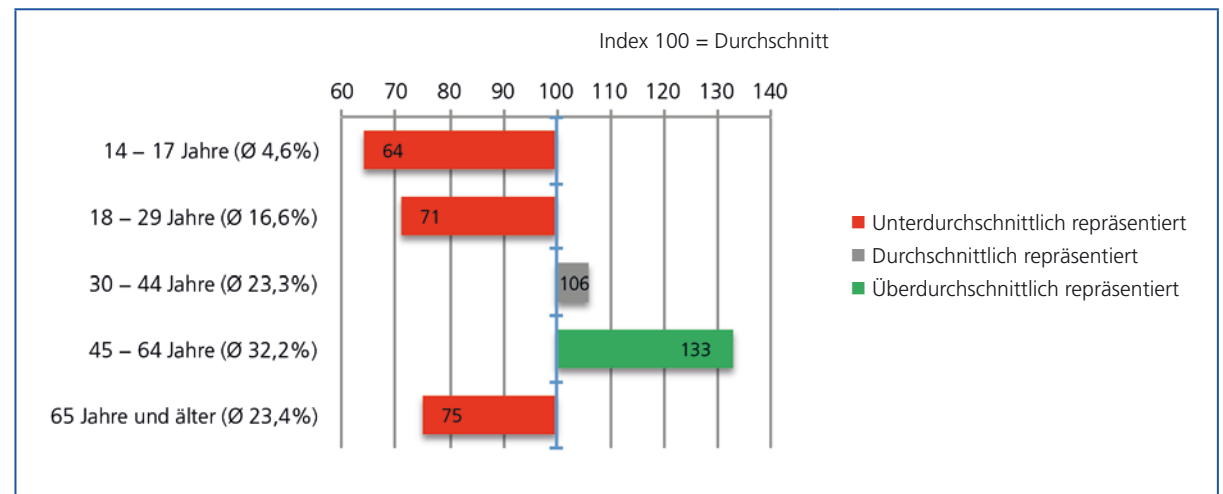
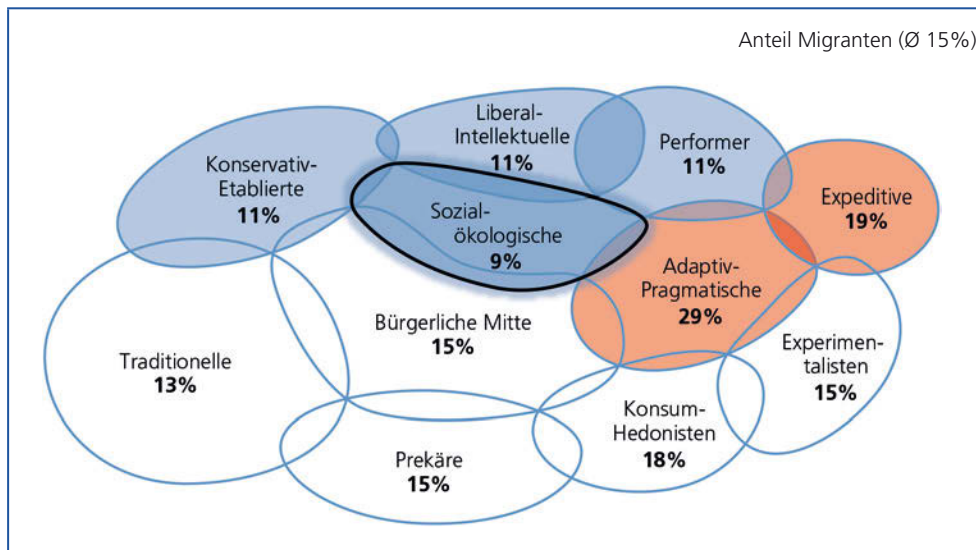


Abbildung 55: Sozialökologische – Anteil Migranten


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

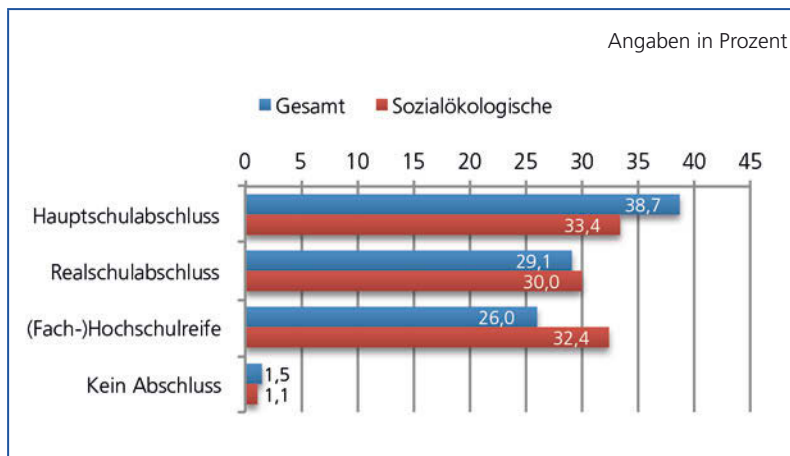
auf die Berufskreise sind sie öfter als andere Milieus in kreativen Berufen tätig, ebenso in den Bereichen Marketing, Werbung, PR bzw. Öffentlichkeitsarbeit.⁶⁴

Das Haushaltsnettoeinkommen weist keine allzu starken Abweichungen vom Durchschnitt auf. Leicht überrepräsentiert sind mit 14,6 Prozent bzw. 19,7 Prozent die Einkommensklassen 2.500 Euro bis 3.000 Euro und 3.000 bis 4.000 Euro. 6,7 Prozent der Sozialökologischen-Haushalte stehen weniger als 1.000 Euro monatlich zur Verfügung, 11,4 Prozent haben ein Haushaltsnettoeinkommen von über 4.000 Euro. Verglichen mit den anderen Milieus des Bürgerlichen Mainstreams sind sie in der Hinsicht in etwa gleichauf mit der Bürgerlichen Mitte.⁶⁵

Die dominante Haushaltsstruktur innerhalb des Milieus sind mit 44,6 Prozent Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder unter 18 Jahren; der Anteil der Mehrpersonenhaushalte, in denen auch Kinder unter 18 Jahren leben, beträgt 34,4 Prozent. Die meisten Sozialökologischen haben bereits Kinder (68,1 Prozent). Der Anteil der Singlehaushalte liegt mit 21 Prozent nur leicht unter dem Durchschnitt (22,4 Prozent), allerdings etwas

64 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

65 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 56: Sozialökologische – Schulabschluss


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

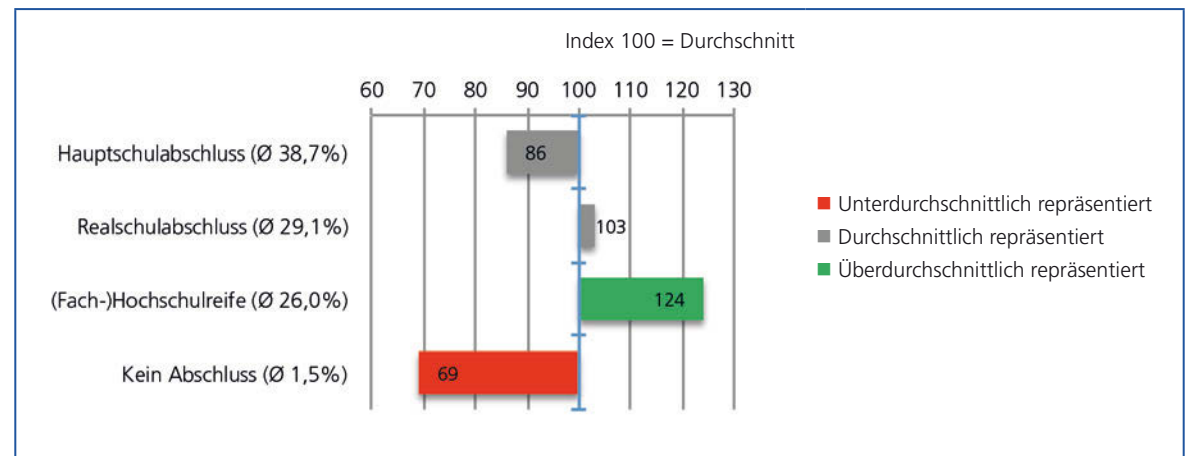
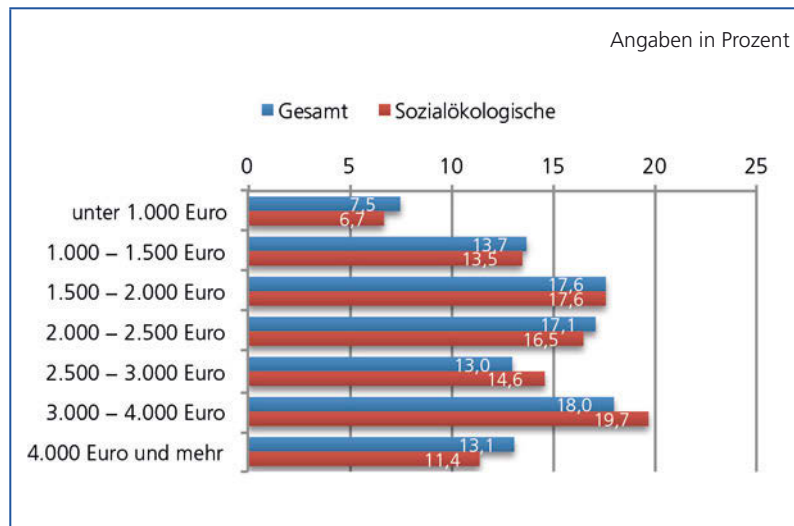


Abbildung 57: Sozialökologische – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

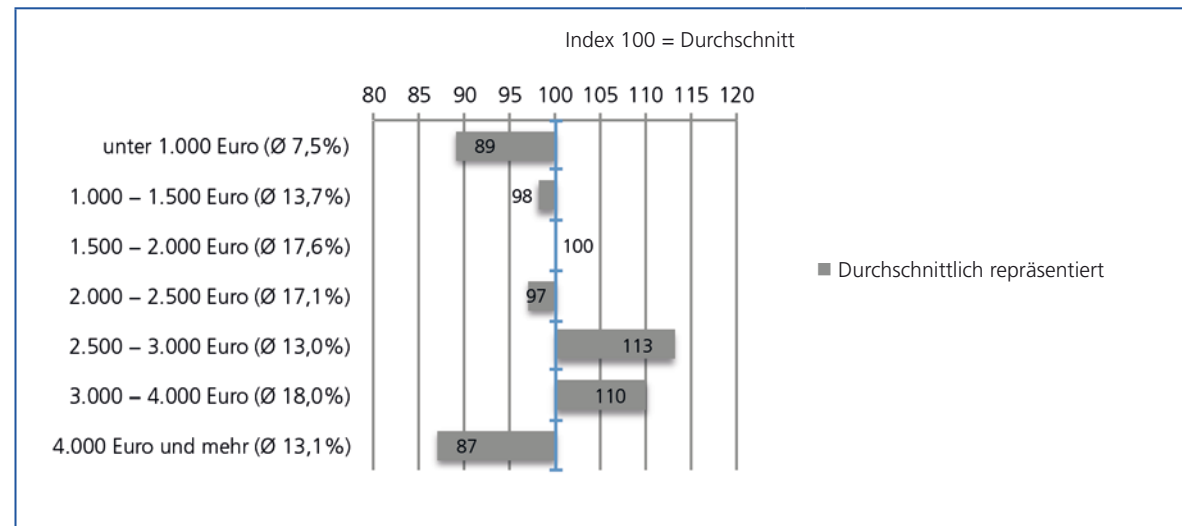
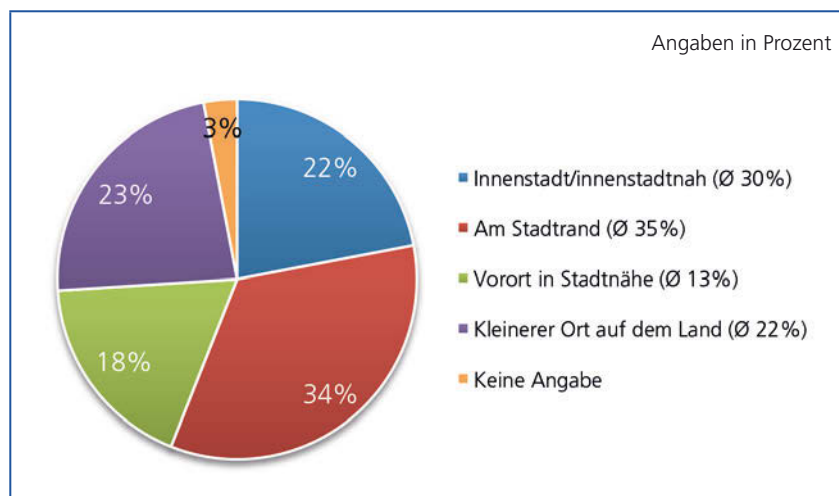
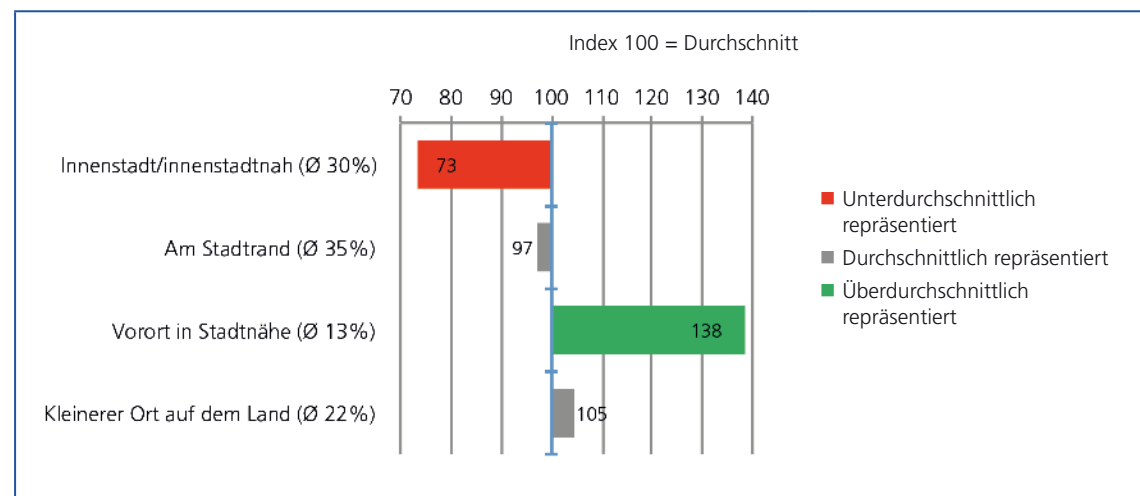


Abbildung 58: Sozialökologische – Derzeitiger Wohnort



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

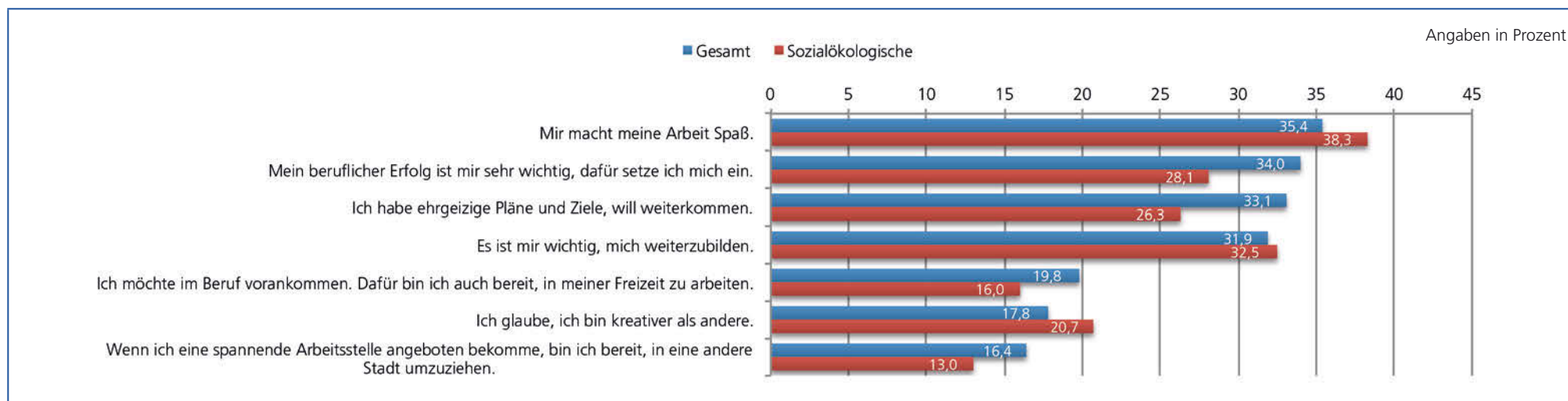




Idealistisches, konsumkritisches/-bewusstes Milieu mit ausgeprägtem ökologischen und sozialen Gewissen: Globalisierungs-Skeptiker, Bannerträger von Political Correctness und Diversity.

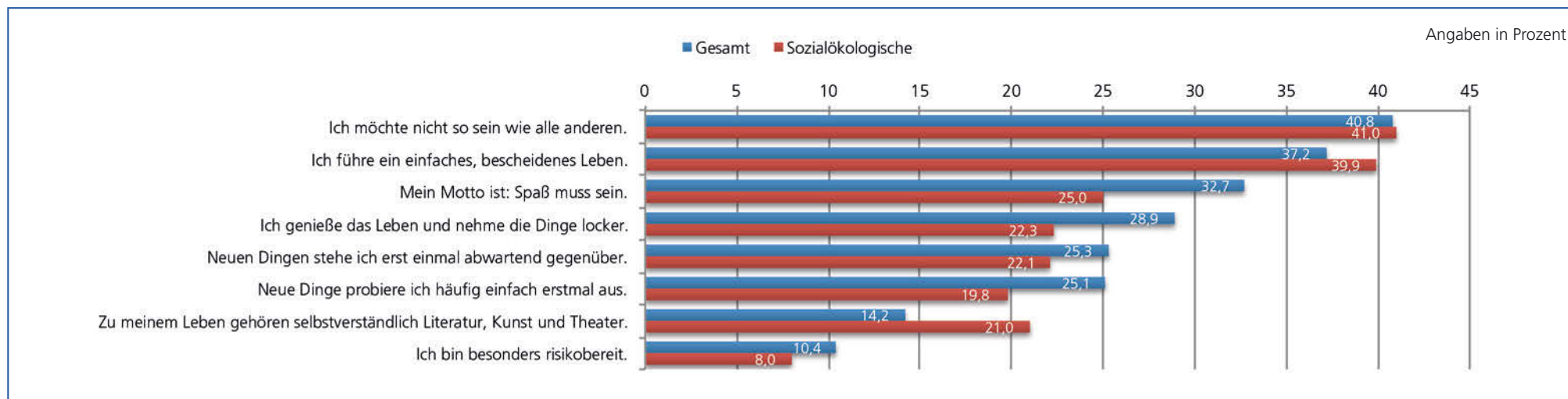
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 59: Sozialökologische – Aufstiegsorientierung



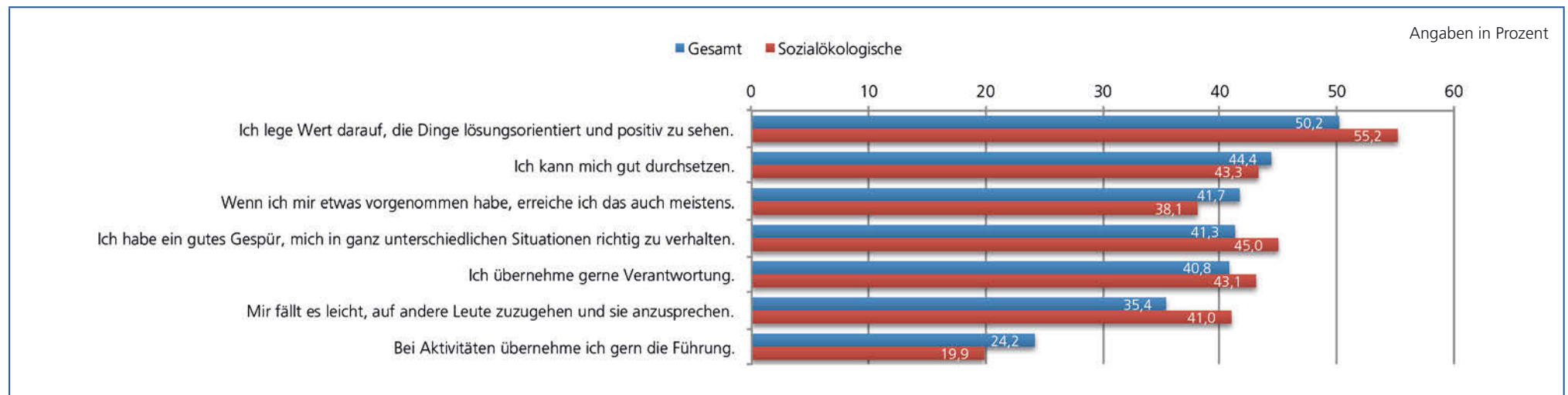
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 60: Sozialökologische – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 61: Sozialökologische – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

weiter über dem Anteil der Singlehaushalte der Bürgerlichen Mitte (18 Prozent) und der Adaptiv-Pragmatischen (15,8 Prozent).⁶⁶

Bezüglich des Wohnorts scheint das Sozialökologische Milieu im Vergleich zum Durchschnitt Vororte in Stadtnähe zu bevorzugen. Die Innenstadt bzw. innenstadtnahe Gebiete sind dagegen unterrepräsentiert. Gut ein Drittel lebt vorzugsweise am Stadtrand.⁶⁷

Das Sozialökologische Milieu hat eine bildungsbürgerliche Ausrichtung. Das schlägt sich häufig auch in dem Wunsch der Sozialökologischen nach einem sinnvollen Beruf bzw. einer sinnvollen Berufstätigkeit nieder. Für sie kommt kein Beruf, kein Job und keine Tätigkeit infrage, den/die sie eigentlich nicht mögen und nicht gerne machen oder aber moralisch nicht vertreten können. Erkennbar ist das auch am vergleichsweise hohen Anteil an Selbstständigen in diesem Milieu. Allerdings bleiben sie in Sachen Aufstiegsorientierung zum Teil weit hinter anderen Milieus zurück, vor allem hinter Performern und Expeditiven, aber auch hinter den Adaptiv-Pragmatischen und der Bürgerlichen Mitte. Karriere steht in ihrem Alltag nicht an erster Stelle. Einen erfüllenden Job zu haben, ist wichtig, aber die große Karriere schwebt ihnen dabei nicht vor.

⁶⁶ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

⁶⁷ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Dagegen hat die Familie für sie, wie auch in den anderen Milieus des Bürgerlichen Mainstreams, eine große Bedeutung. Eine harmonische Familie und eine bewusste Partnerschaft sind ihnen wichtig, Balance und Zufriedenheit in der Hinsicht bedeutende Werte. Gleiches gilt auch für enge Freunde.

Sie sind außerordentlich kritisch und haben das Gefühl, dass man auch immer eine kritische Grundhaltung haben muss. Denn die Erfahrung hat ihnen gezeigt und sie gelehrt, dass man der konventionellen Welt nicht immer vertrauen kann. In dieser Hinsicht ist ihre Einstellung nicht fern der der Intellektuellen. Über ihre Überzeugungswelt lässt sich fast jedes Thema (ob politisch, sozial oder ökologisch) durchdeklinieren, ohne mit ihm praktisch zu tun zu haben.

Gemeinwohl ist ihnen eine Alltagskategorie – allerdings definieren sie diesen Begriff selbst. Sie sind bereit, Verantwortung zu übernehmen, für sich wie auch für andere. Sie vertreten in diesem Zusammenhang ein hohes Maß an „Political Correctness“, aber auch Idealismus und Betroffenheit bei vielen Themen. Sie mischen sich ein, sie äußern sich, sie beziehen Stellung und verlangen ebenso von anderen Menschen, Stellung zu beziehen. So engagieren sie sich beispielsweise mit Sicherheit in den Schulen ihrer

Kinder bei Elternabenden, Sprechstunden mit den Lehrern oder helfen hier mit, wenn es um „eine gute Sache“ geht.

Nachhaltigkeit spielt ebenso eine große Rolle in diesem Milieu und ist den Sozialökologischen ein alltägliches Konzept. Dabei spielen nicht nur individuelle Präferenzen eine Rolle, sondern auch die „sozialen Kosten“. Es geht um den überragenden Wert allen Lebens, nicht einfach nur um eine ökonomische Kontinuitätsidee.

Kinder sind für sie der Maßstab für vieles im Leben, vor allem aber für Gerechtigkeit (auch wenn sie selber keine haben). Sie sind das schwächste Glied in der Kette bzw. in der Gesellschaft und eben deshalb der richtige Maßstab. Kinder sind schwach, auf sie muss Rücksicht genommen werden. An Stellen, an denen andere Milieus zunächst an die Macher, Leistungsträger, an Innovation, Optimierung und Chancen denken (beispielsweise Performer und Liberal-Intellektuelle), denkt dieses Milieu zunächst an die Abgehängten, Schwachen und Betroffenen. Diese grundsätzlich unterschiedlichen Ausgangspunkte und Herangehensweisen sorgen für Konfliktpotenzial mit manch anderem Milieu (z. B. Liberal-Intellektuelle, Performer, aber auch mit den Expeditiven).

Im Leben der Sozialökologischen gibt es viel Grund zur Sorge; es gibt das Gute und das Böse, das Richtige und das Falsche. Der Umgang mit Widersprüchlichkeiten und Paradoxien fällt ihnen schwer, im Gegensatz zu den Expeditiven, die Paradoxien als eine Art Bereicherung für ihr Leben annehmen. Den Sozialökologischen fällt es eher schwer, sich in die Lage von denen zu versetzen, die ganz anders sind als sie selber. Im Zusammenhang mit ihrem hohen Engagement lässt sie das zuweilen missionarisch und überengagiert erscheinen, teilweise gar sozialökologisch chauvinistisch und rigide bzw. in ihren Einstellungen wenig flexibel.

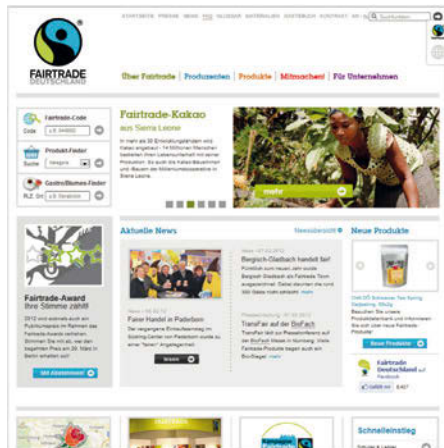
Aus dem Leben gegriffen: Fairtrade Deutschland und die Starbucks-Kritik

„Bei Produkten mit dem Fairtrade-Siegel haben Sie die Gewissheit, dass die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Bauern und Beschäftigten durch Fairtrade-Preise und -Prämie verbessert werden. Außerdem sind illegale Kinderarbeit und Zwangsarbeit verboten.“

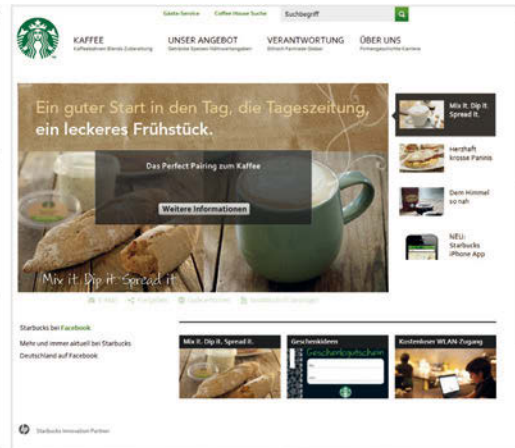
(Quelle: <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/> [10.02.2012])

- Fairtrade, also der faire Handel, versteht sich als eine Strategie zur Armutsbekämpfung. Durch Fairtrade erhalten beispielsweise Kaffeebauern in Südamerika für ihren Kaffee einen durch die Fairtrade-Organisationen festgelegten Mindestpreis.

- Fairtrade legt aber auch Standards mit Blick auf die Ökologie fest, beispielsweise durch ein Verbot von bestimmten Substanzen und Förderung des Bio-Anbaus.
- Damit sprechen Fairtrade-Produkte das Sozialökologische Milieu in zweierlei Hinsicht an: Zum einen steht hier der Mensch an sich und die gerechte Behandlung von Menschen und speziell auch Kindern im Mittelpunkt. Zum anderen zielt Fairtrade auch auf Nachhaltigkeit ab, nicht nur in Bezug auf die Förderung von biologischer Landwirtschaft, sondern auch in Bezug darauf, dass die Menschen in den betreffenden Gebieten auf lange Sicht Handelsbeziehungen aufbauen und ihre Familien ernähren können.
- Fairtrade-Produkte sind inzwischen in jedem Supermarkt erhältlich und für den Konsumenten eindeutig an einem entsprechenden Symbol erkennbar: Produkte mit dem Fairtrade-Label kommen aus einem fairen und nachhaltigen Anbau, damit tut man als Konsument etwas für Menschen, denen es nicht so gut geht wie einem selber. Gleichzeitig beruhigt es das Gewissen: Man hat etwas Gutes für die Gesellschaft getan, seinen Teil hin zu einer fairen Gesellschaft beigetragen, übernimmt (wenn auch auf Umwegen) Verantwortung.
- Diese Aspekte wirken sich natürlich auch positiv auf das Image von Unternehmen aus: Als Unternehmen, das Fairtrade-Produkte herstellt bzw. vertreibt, positioniert man sich als nachhaltiges Unternehmen mit einem Gewissen, bei dem nicht nur der Profit am Ende steht, sondern auch die Menschen, die den Profit letztendlich erwirtschaften – all das trifft genau den Duktus und das Verantwortungsgefühl der Sozialökologischen.
- Was passieren kann, wenn man sich das Fairtrade-Image zunutze macht, ohne es im gesamten Unternehmen konsequent umzusetzen, zeigt das Beispiel Starbucks, einer weltberühmten und weltweit verbreiteten Kaffeehauskette.
- Starbucks stand in der Vergangenheit oft in der Kritik, den Fairtrade-Gedanken aus reinen Imagegründen und Profitdenken auszunutzen. Die Kette wirbt damit, in ihren Häusern Fairtrade-Produkte zu verkaufen und damit die gerechte Behandlung von Kaffeebauern zu unterstützen und zu fördern. Damit hat die Kaffeehauskette auch jene Zielgruppe angesprochen, der eben diese Aspekte wichtig sind und die Einfluss auf Kaufentscheidungen nehmen.
- Allerdings wurde dieses Image von einigen Konsumenten kritisch hinterfragt – mit dem Ergebnis, dass Starbucks nicht ausschließlich Fairtrade-Produkte vertreibt, sondern nur zum Teil. Der größere Teil des vertriebenen Kaffees stammt wohl nicht aus fair gehandeltem Kaffee.



Quelle: <http://www.fairtrade-deutschland.de/>
[Screenshot vom 10.02.2012]



Quelle: <http://www.starbucks.de/> [Screenshot vom 10.02.2012]

Mit dem Fairtrade-Image spricht Starbucks eigentlich das Sozialökologische Milieu an, handelt aber aus dessen Sicht paradox und widersprüchlich: „Warum wirbt Starbucks mit Fairtrade? Nur aus Imagegründen oder auch, weil dem Unternehmen tatsächlich etwas daran liegt?“ Egal, wie die Antwort aussehen würde, diese Strategie ist inakzeptabel und verursacht im schlimmsten Fall einen Vertrauensbruch.



© T. Lannuzel

Bürgerliche Mitte

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 62: Bürgerliche Mitte – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	14 % – 9,86 Mio.
Geschlechterverhältnis	51,6 % Männer, 48,4 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Der Altersschwerpunkt der Bürgerlichen Mitte liegt bei 45 bis 64 Jahren, insgesamt sind 63,7 Prozent älter als 45 Jahre. Der Anteil derer, die jünger als 30 Jahre alt sind, fällt im Vergleich zu den Expositiven und den Adaptiv-Pragmatischen (ebenfalls Milieus des

Bürgerlichen Mainstreams) mit 13,2 Prozent sehr gering aus.⁶⁸ Der Anteil der Migranten innerhalb der Bürgerlichen Mitte liegt mit 15 Prozent genau im Durchschnitt.⁶⁹

Ein geringer Anteil der Bürgerlichen Mitte hat keinen Schulabschluss (1,2 Prozent), die weitaus meisten (79,3 Prozent) haben entweder einen Haupt- oder Realschulabschluss. Über die (Fach-)Hochschulreife verfügen 17 Prozent in diesem Milieu.⁷⁰ Der weitaus größere Teil (62,7 Prozent)⁷¹ der Bürgerlichen Mitte geht einer Berufstätigkeit nach. Dabei sind Vertreter dieses Milieus überdurchschnittlich oft als Angestellte oder Beamte tätig (48,9 Prozent) sowie als Facharbeiter bzw. Meister (20,9 Prozent).⁷² Sie arbeiten im Vergleich überdurchschnittlich oft in handwerklichen Berufen (14,9 Prozent).⁷³

68 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

69 Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

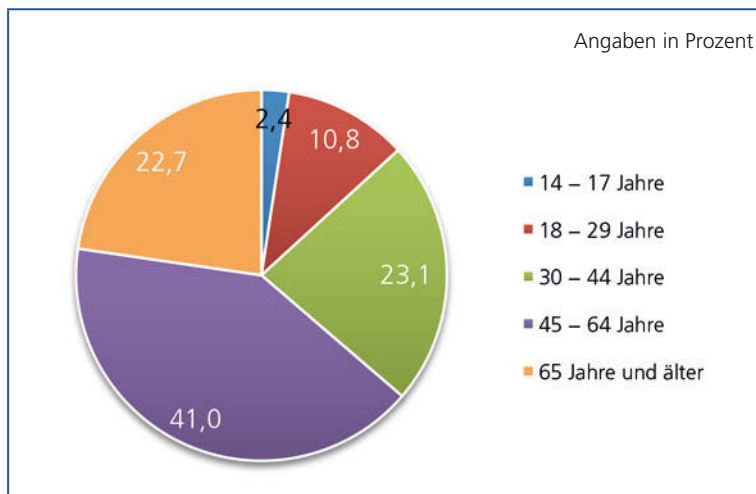
70 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

71 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

72 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

73 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 63: Bürgerliche Mitte – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

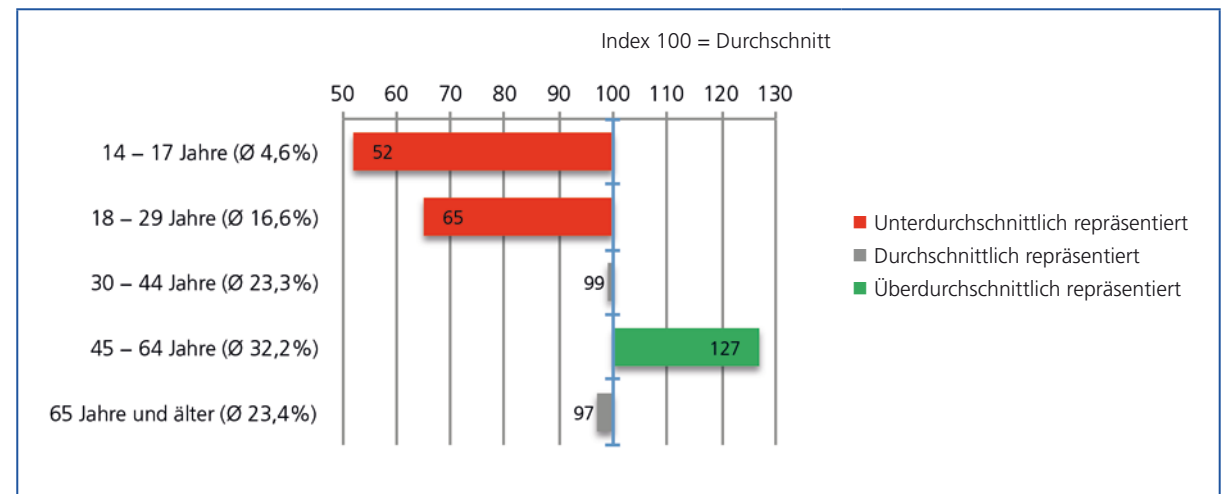
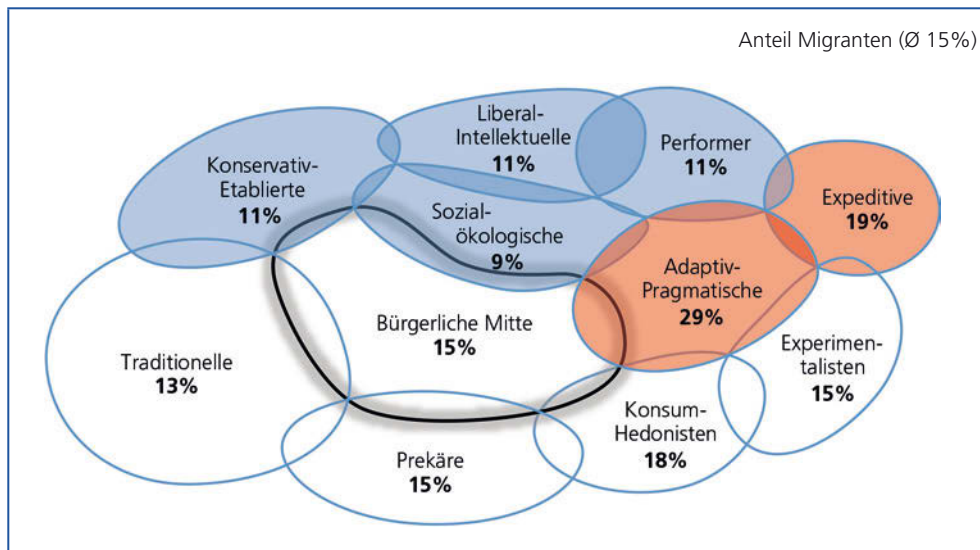


Abbildung 64: Bürgerliche Mitte – Anteil Migranten



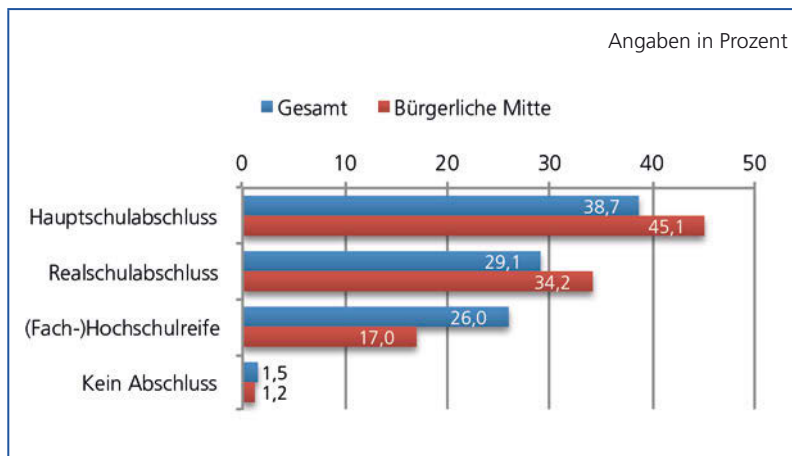
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Im Hinblick auf das Haushaltsnettoeinkommen gibt es bei der Bürgerlichen Mitte kaum Auffälligkeiten. In der Gruppe derjenigen, denen monatlich weniger als 1.000 Euro zur Verfügung stehen, sind sie mit einem Anteil von 4,1 Prozent deutlich unterrepräsentiert. Ebenso sind sie bei dem hohen Haushaltsnettoeinkommen von über 4.000 Euro monatlich leicht unterrepräsentiert (11,1 Prozent im Vergleich zu einem Durchschnitt von 13,1 Prozent). In allen anderen Gruppen liegen sie im oder leicht über dem Durchschnitt: 14,4 Prozent verfügen über 1.000 Euro bis 1.500 Euro monatlich, 19 Prozent steht ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 1.500 bis 2.000 Euro zur Verfügung.⁷⁴

Der weitaus größere Teil der Bürgerlichen Mitte hat eigene Kinder (75,1 Prozent). Gleichzeitig wohnen allerdings 72,3 Prozent dieses Milieus in Mehrpersonenhaushalten **ohne** Kinder unter 18 Jahren. Unter Berücksichtigung des höheren Altersschwerpunkts des Milieus liegt der Schluss nahe, dass viele Kinder der Bürgerlichen Mitte bereits auf „eigenen Beinen stehen“ und nicht mehr im Haushalt der Eltern wohnen. Der relativ hohe Anteil derjenigen, die bereits Enkelkinder haben, scheint diese Annahme zu bestätigen (33,6 Prozent). Mit 27,7 Prozent sind Mehrpersonenhaushalte, in denen auch Kinder unter 18 Jahren leben, leicht unterrepräsentiert (der Index beträgt 94). Der

74 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 65: Bürgerliche Mitte – Schulabschluss



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

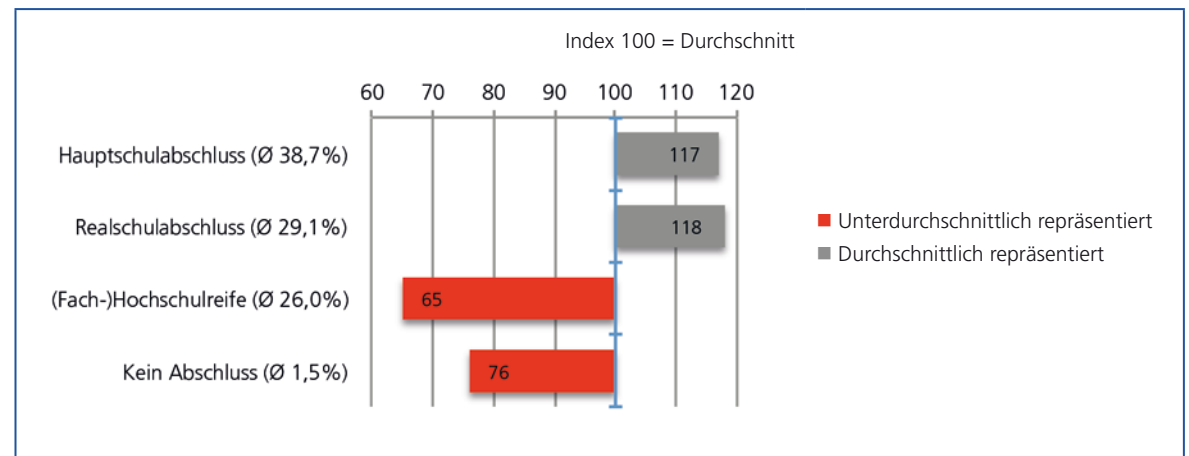
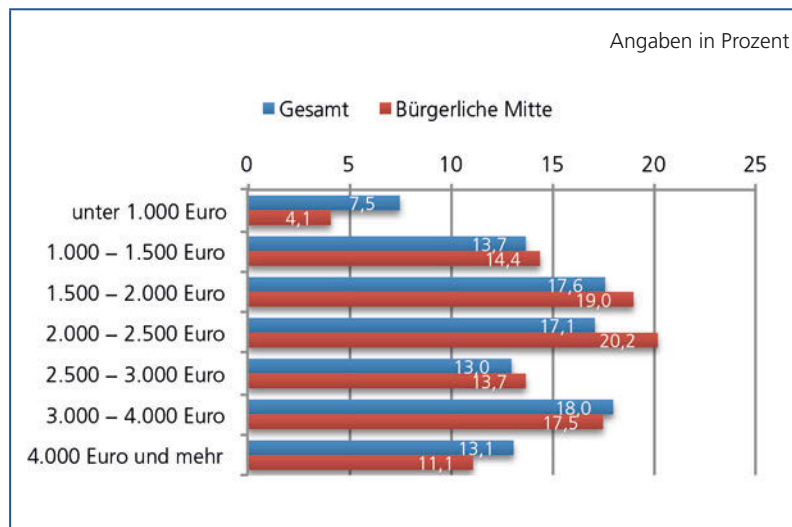
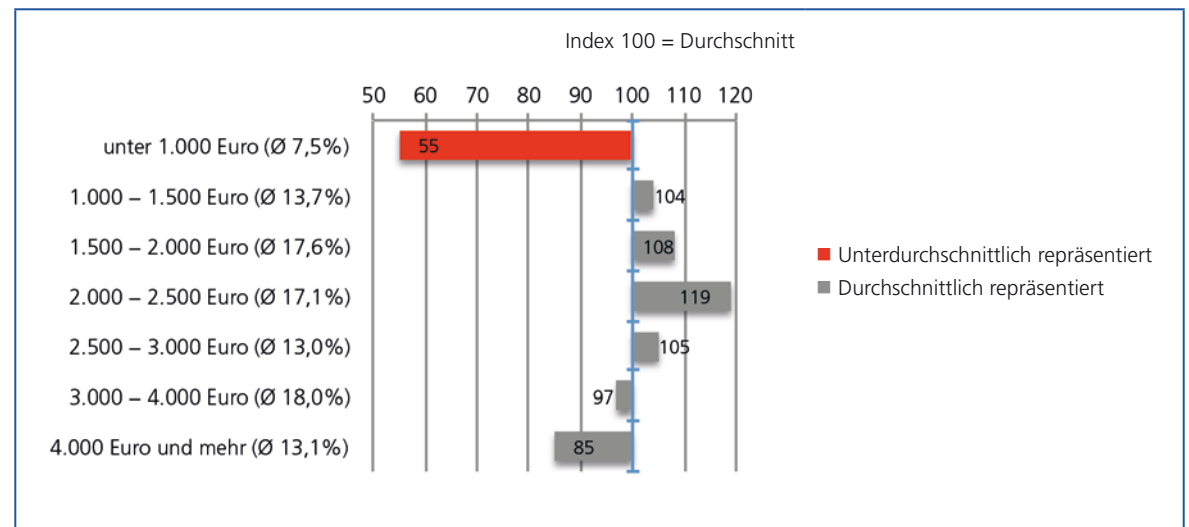
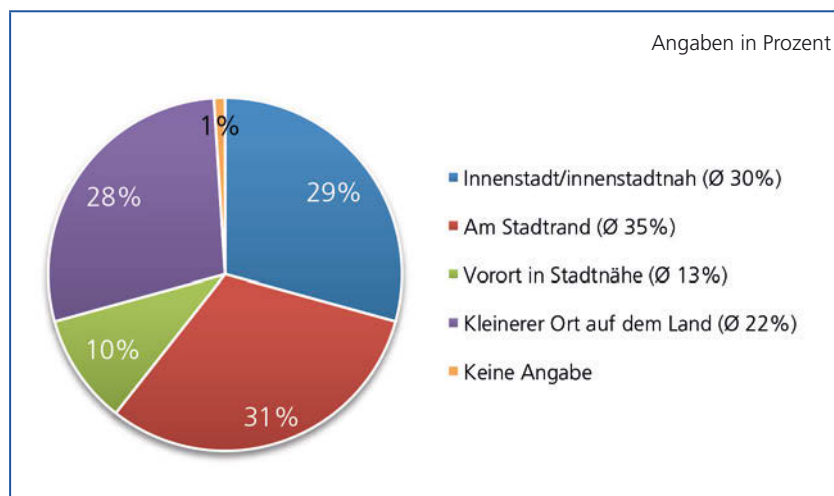
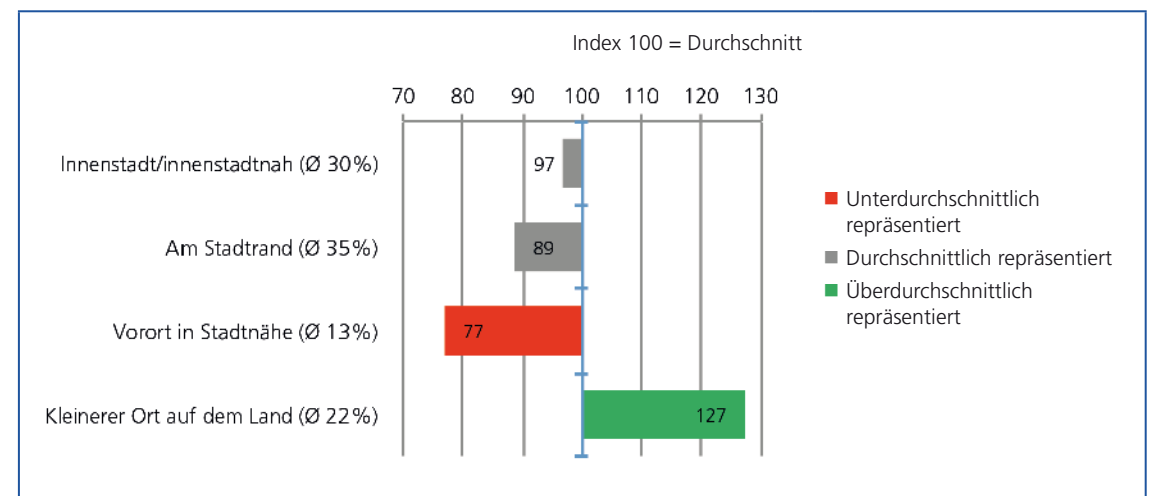


Abbildung 66: Bürgerliche Mitte – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle


Abbildung 67: Bürgerliche Mitte – Derzeitiger Wohnort


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

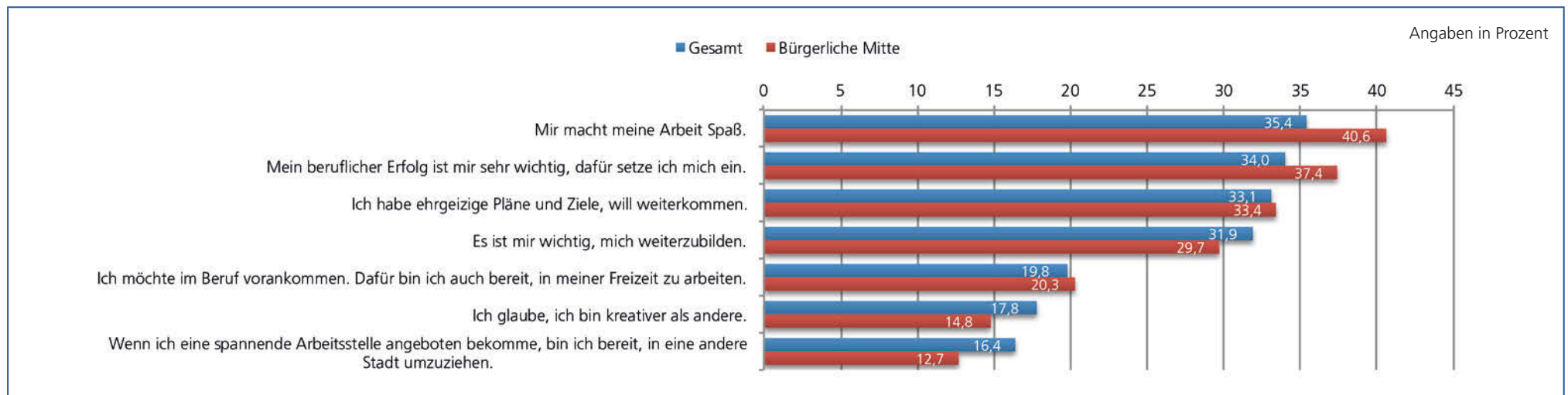




Der leistungs- und anpassungsbereite bürgerliche
Mainstream: generelle Bejahung der gesellschaftlichen
Ordnung; Streben nach beruflicher und sozialer
Etablierung, nach gesicherten und harmonischen
Verhältnissen.

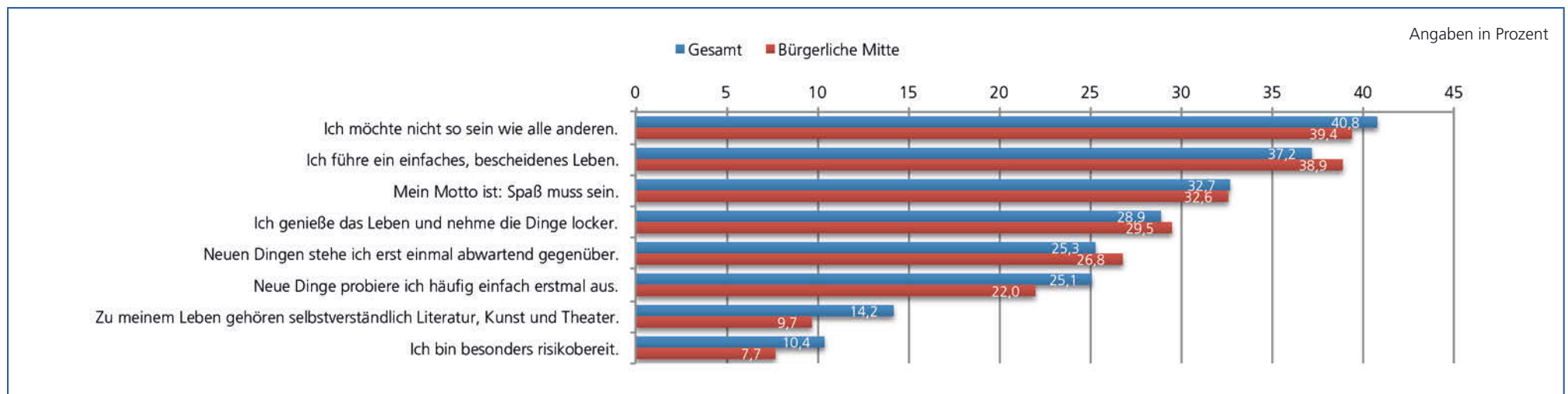
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 68: Bürgerliche Mitte – Aufstiegsorientierung



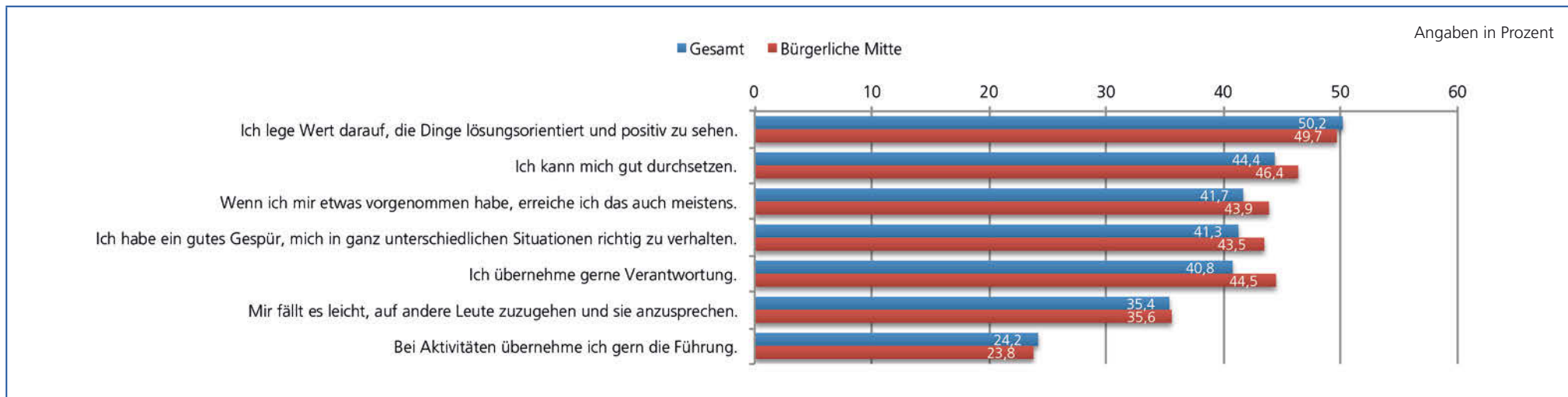
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 69: Bürgerliche Mitte – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 70: Bürgerliche Mitte – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Anteil der Doppelverdiener ohne Kinder ist mit 37,5 Prozent vergleichsweise hoch (der Durchschnitt liegt bei 31,1 Prozent).⁷⁵ Die Datenlage verdeutlicht also weiter, dass die Phase der Familienplanung im Milieu der Bürgerlichen Mitte mit hoher Wahrscheinlichkeit abgeschlossen ist, in Zukunft in der Hinsicht keine Veränderungen oder gar Umbrüche stattfinden werden.

Ein Blick auf den derzeitigen Wohnort zeigt, dass knapp ein Drittel der Bürgerlichen Mitte am Stadtrand wohnt. Allerdings wohnen sie mit 28 Prozent überdurchschnittlich oft in kleineren Orten auf dem Land (der Durchschnitt liegt bei 22 Prozent). Den geringsten Anteil machen Vororte in der Nähe von Städten aus, hier ist die Bürgerliche Mitte unterrepräsentiert.

Die Altersstruktur des Milieus verdeutlicht es: Die Bürgerliche Mitte ist nicht mehr die jüngste, das Gefühl „hoch hinaus“ haben sie hinter sich gelassen und der Ehrgeiz köchelt inzwischen auf „kleiner Flamme“. Die große Karriere machen sie nicht mehr, das ist vorbei und akzeptiert. Das große Ziel ist es, das Erreichte zu halten und seinen Verpflichtungen bestmöglich und ohne größere Not nachzukommen, beispielsweise das

Häuschen abzubezahlen, den Kindern die Ausbildung zu finanzieren. Und um diesen Status zu halten, sind sie bereit, Zeit und Kraft zu investieren. Allerdings, ihre Sturm- und Drangphase ist vorbei; und der Punkt im Leben, an dem man (noch mal) neu aufbricht und anfängt, ist überschritten.

Andere Dinge sind wichtiger und haben eine weitaus größere Bedeutung. Die Tatsache, dass sie ihre Weichen nicht neu stellen können, fördert ihr Sicherheitsdenken beträchtlich. Gleichzeitig nehmen sie aber auch zur Kenntnis, dass die Welt immer gefährlicher wird: demografischer Wandel, Rentenlücken, Euro- und Finanzkrise. Auf all diese Dinge haben sie keinen Einfluss. Das macht ihnen einerseits Angst und überfordert sie gleichzeitig. Den gegenwärtigen Wandel beobachten sie mit Skepsis und Sorge. Entsprechend fester richtet sich die Perspektive auf die eigene Nahwelt und auf die Existenzsicherung.

Sie leben in einem selbst zusammengestellten sozialen Umfeld, das ihnen sehr ähnlich ist und einen reibungslosen Umgang verspricht. Das persönliche Umfeld ist ihnen sehr wichtig, und das gilt auch für den Beruf: Wichtig sind Menschen, mit denen sie möglichst konfliktfrei auskommen.

⁷⁵ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Im Alltag spielen Realitätssinn und Pragmatismus eine große Rolle – der Alltag muss bewältigt werden, sowohl im Beruf wie auch im Privatleben. Es zählen störungsfreie, harmonische oder zumindest weitgehend konfliktfreie und friedliche Lebenssituationen und Umgebungen. Die Wunschvorstellung ist eine einigermaßen „heile Welt“, die nicht nur übersichtlich, sondern auch beherrschbar ist, ohne Gewalt und Konfrontation.

Allerdings sind die Zeiten heute tendenziell anders – man bekommt nichts mehr geschenkt, man muss sich notfalls mit Nachdruck für Dinge wie Harmonie einsetzen. Dabei muss man zunehmend an sich selber denken, denn heute muss jeder „sehen, wo er bleibt“. In diesem Zusammenhang grenzt sich die Bürgerliche Mitte stärker ab als früher, denkt nationaler und kleinräumiger. Sie achtet auf das lokale Geschehen, interessiert sich für die Region mehr als für die große weite Welt.

Allerdings, meist ist die Bürgerliche Mitte im privaten wie im öffentlichen Raum kooperativ, positiv, pragmatisch und in hohem Maße lokal orientiert. Sie engagieren sich bei Themen, die das eigene Leben betreffen und erkennbar beeinflussen (können). Die Bürgerliche Mitte ist gesprächsfähig und willig; sie wollen verstehen, wissen, was richtig ist, und suchen Rat bei denen, die aus ihrer Sicht besser Bescheid wissen. Aber sie wollen dabei nicht „über den Tisch gezogen“ werden und stehen allem, was ihnen als Experiment mit schwer abschätzbaren Folgen erscheint, skeptisch und reserviert gegenüber. Weder schlagen sie den Aufbruch zu neuen Ufern vor, noch möchten sie unbedingt dahin aufbrechen. Das Bestellen bekannten Terrains liegt ihnen näher, Pioniere sind andere.

Während andere Milieus, ganz besonders Expeditiv, Performer, aber auch Adaptiv-Pragmatische, Wandel und Veränderungen als Chance auffassen und zum Teil mit Begeisterung begreifen und mit unternehmerischem Elan darin agieren, fühlt sich die Bürgerliche Mitte mit der schier überbordenden Komplexität überfordert. Die Bürgerliche Mitte verhält sich in dieser Situation eher defensiv. Bei aller durchaus vorhandener moderner Toleranz und Offenheit ist die Bürgerliche Mitte im Kern auch sehr konservativ und hält am Bekannten und Gewohnten fest. So macht sich dieses Milieu das Leben auch ein bisschen berechenbarer.

Aus dem Leben gegriffen:

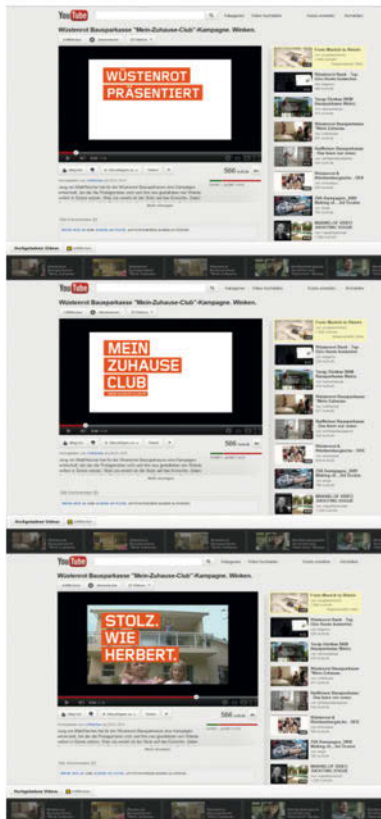
Volkswagen: „The Dog Strikes Back“

- VW-Werbespot: Hund tritt gegen einen VW Beetle an.
- Ein Werbespot im gutbürgerlichen (wenn auch sehr amerikanischen) Setting in „Gartenzaun-Optik“
- Der Spot hat ein Happy End, in dem der zunächst mollige Hund nach einigem Training gegen den beworbenen Wagen antritt.
- Das Auto an sich ist modern und wird moderat „sexy“ dargestellt, handelt es sich bei VW doch um ein gutbürgerliches deutsches Auto, das sich über viele Jahre am Markt bewährt hat.
- VW steht für Beständigkeit, Zuverlässigkeit und Qualität.
- Der Spot ist nicht (übermäßig) aufregend, nicht zu spannend, ohne Überraschungen, das Ende ist vorhersehbar und regt zum Schmunzeln an.
- Abgesehen davon, dass der Hund stark vermenschlicht wird, ist der Spot kaum überzeichnet und kommt ohne übermäßige Übertreibungen, extreme Darstellungen, zu viel Sexappeal oder Krawall aus – der Spot spielt in einer sehr ruhigen und sehr harmonischen Atmosphäre.
- Alles in allem spiegelt der Spot Werte wider, mit denen sich die Bürgerliche Mitte gut identifizieren kann; er spielt in ihrem Kosmos bzw. in einer Welt, die ihnen nahe ist und mit Ordnung, Harmonie, Gemütlichkeit und ein bisschen Ehrgeiz den Duktus der Bürgerlichen Mitte trifft.

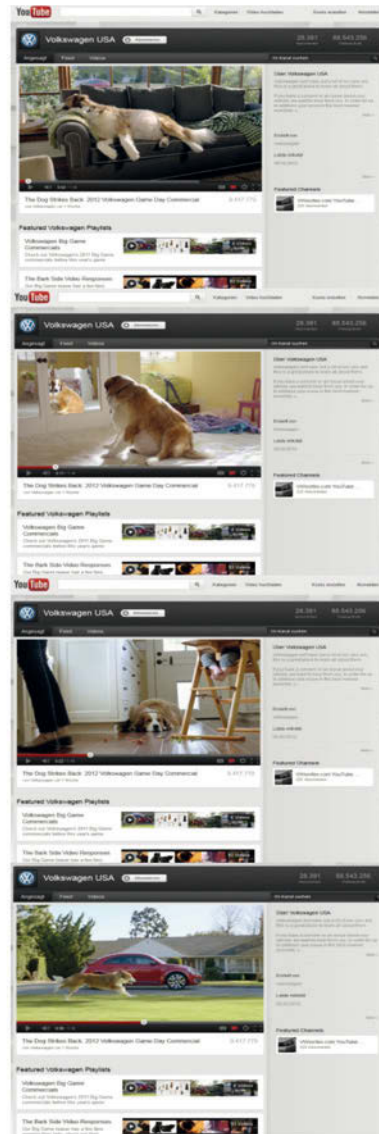
Quelle: Volkswagen auf YouTube: <http://www.youtube.com/user/Volkswagen> [Screenshots vom 09.02.2012]

„Wüstenrot präsentiert: Mein Zuhause Club“

- Allgemein passen Bausparkassen und die Bürgerliche Mitte recht gut zusammen: Sie versprechen sichere Geldanlagen und ebenso sichere Finanzierungsmöglichkeiten für die eigenen vier Wände und nicht zuletzt die Familie.
- Speziell die Werbekampagne der Wüstenrot Bausparkasse von der Agentur Jung von Matt mag für die Bürgerliche Mitte sehr ansprechend sein.
- Die Kampagne „Mein Zuhause Club“ zielt direkt auf die Lebens- bzw. Alltagswelt der Bürgerlichen Mitte ab: Wüstenrot hilft, den Traum vom eigenen Häuschen zu verwirklichen.



Quelle: Screenshot; Jung von Matt auf Youtube: <http://www.youtube.com/watch?v=kGsDEc1zMkk&list=UUHCamKixBW6RCJMPwNjyM1Q&index=9&feature=plcp> [09.02.2012]



Quelle: Screenshot; Volkswagen auf Youtube: <http://www.youtube.com/user/Volkswagen> [09.02.2012]

- Der Spot verspricht nicht nur eine problemlose und gesicherte Finanzierung, sondern auch, dass man am Ende stolz auf sich und das, was man für seine Familie geschaffen hat, sein kann. Hier sind es die Kinder, die stolz das vom Vater gebaute Haus präsentieren.
- Und genau darum geht es: der Familie bzw. den Lieben ein schönes, harmonisches und sicheres Zuhause bieten, etwas kleines eigenes, mit den eigenen Händen geschaffenes, das gleichzeitig Sicherheit bzw. Absicherung und damit eine einigermaßen sichere Zukunft bedeutet.
- Es wird aber auch etwas geschaffen, was man am Ende stolz herzeigen kann: „Ich habe es geschafft, ich habe es zu etwas gebracht, hier ist der Beweis und schön ist es auch noch.“

Quelle: Jung von Matt auf YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=kGsDEc1zMkk&list=UUHCamKixBW6RCJMPwNjyM1Q&index=9&feature=plcp> [Screenshots vom 09.02.2012]



© T. Lannuzel

Adaptiv-Pragmatische

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 71: Adaptiv-Pragmatische – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	9 % – 6,49 Mio.
Geschlechterverhältnis	48,2 % Männer, 51,8 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Die Adaptiv-Pragmatischen sind nach den Expeditiven eines der jüngsten Milieus in der Milieulandschaft. Der Altersschwerpunkt liegt mit 39 Prozent bei den 30- bis 44-Jährigen, allerdings ist über ein Drittel (35,1 Prozent) der Adaptiv-Pragmatischen jünger als 30 Jahre. Der Anteil derer, die 45 Jahre und älter sind, beträgt gerade einmal 25,8

Prozent.⁷⁶ Damit sind besonders die jungen Altersgruppen (zum Teil) stark überrepräsentiert.

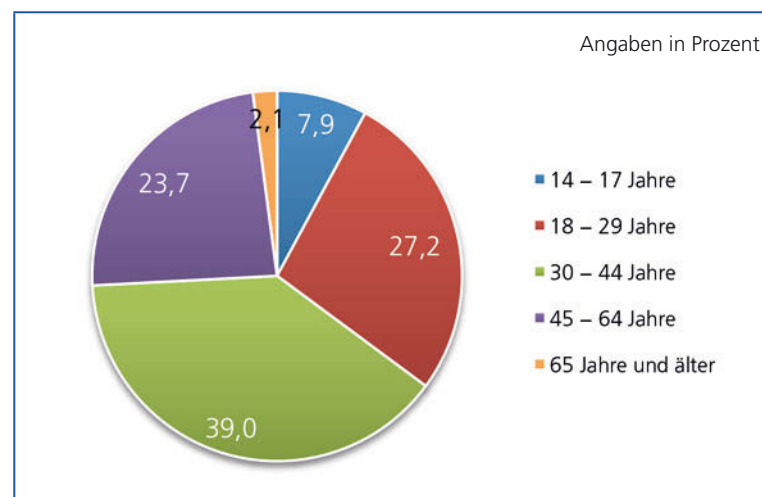
Das Milieu hat außerdem den mit Abstand höchsten Anteil an Migranten: Laut vhw Trendstudie beträgt dieser bei den Adaptiv-Pragmatischen 29 Prozent. Hier liegt der Schluss nahe, dass sich besonders das Adaptive Bürgerliche Milieu der Migrantenmilieus bei den Adaptiv-Pragmatischen wiederfindet.⁷⁷

Adaptiv-Pragmatische verfügen überdurchschnittlich oft über eine mittlere formale Bildung (39,9 Prozent haben einen Realschulabschluss), 24,3 Prozent haben die Schule mit der (Fach-)Hochschulreife abgeschlossen. Gut ein Viertel (27,4 Prozent) der Adaptiv-Pragmatischen hat einen Hauptschulabschluss und damit sind Hauptschulabschlüsse in diesem Milieu deutlich unterrepräsentiert. Der Anteil von Schülern, Studenten bzw. Lehrlingen ist mit 16,3 Prozent unter den Adaptiv-Pragmatischen überdurchschnittlich hoch. Gleichzeitig ist aber der größere Teil bereits berufstätig (70,4 Prozent). Dennoch ist auch der Anteil jener, die angeben, bisher nie berufstätig gewesen zu sein, im Ver-

⁷⁶ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

⁷⁷ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 72: Adaptiv-Pragmatische – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

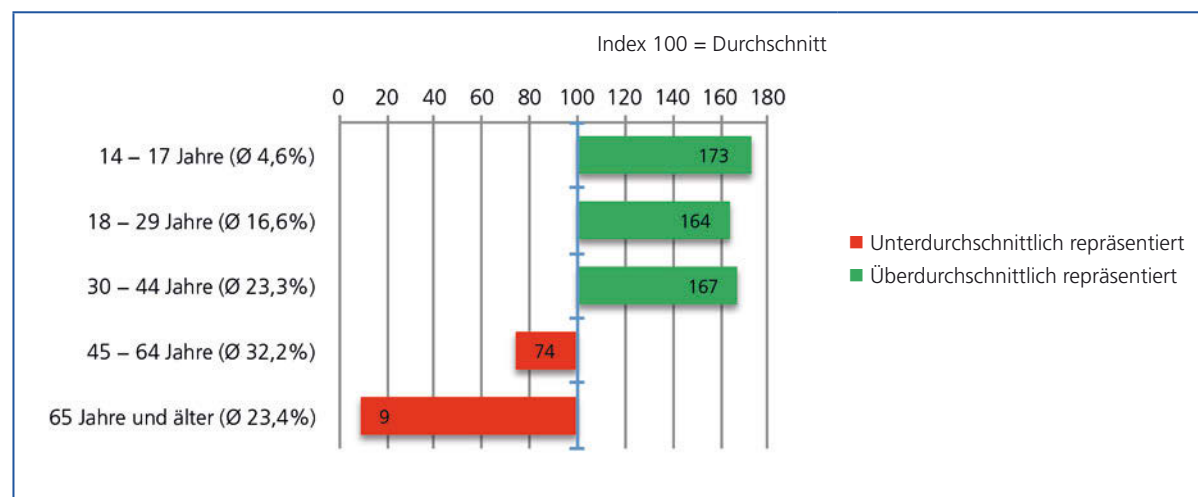
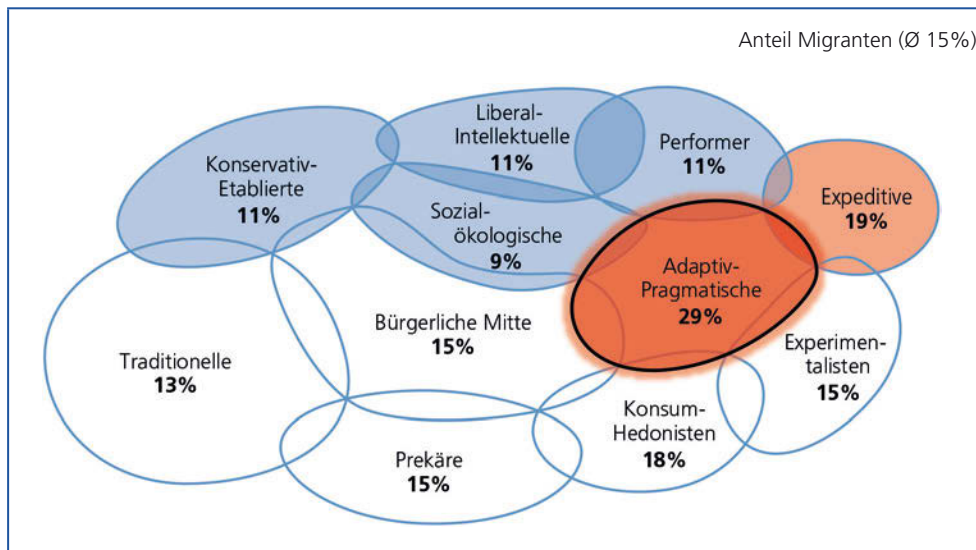


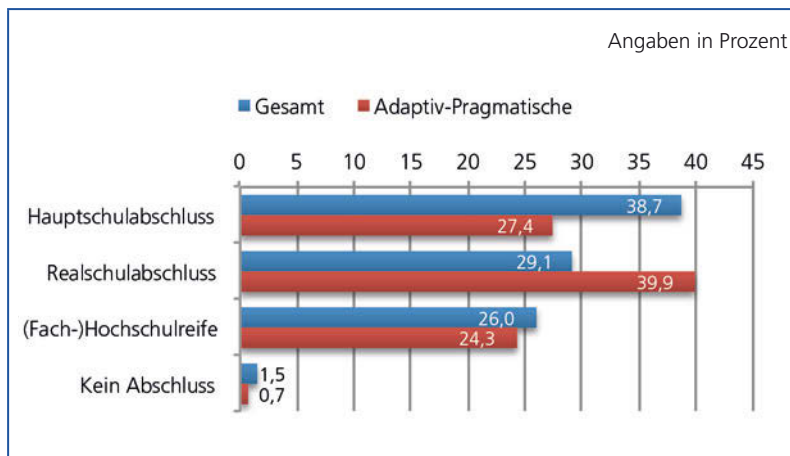
Abbildung 73: Adaptiv-Pragmatische – Anteil Migranten


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

gleich zum Durchschnitt mit 20,7 Prozent recht hoch. Die Erklärung dafür ist wohl ebenfalls in der Tatsache zu sehen, dass sich viele der Adaptiv-Pragmatischen noch in der Ausbildung befinden. Jene, die bereits einer Berufstätigkeit nachgehen, sind dann überdurchschnittlich im Bereich der Unternehmensberatung anzutreffen. Oft sind sie als mittlere bzw. qualifizierte Angestellte tätig.⁷⁸

Das monatliche Haushaltsnettoeinkommen ist bei den Adaptiv-Pragmatischen angesichts ihrer recht jungen Altersstruktur und der Tatsache, dass unter ihnen Schüler, Studenten bzw. Lehrlinge überrepräsentiert sind, überraschend hoch: Besonders die Einkommensgruppen von 2.000 bis 2.500 Euro, aber auch die Einkommensgruppen von 2.500 bis 3.000 Euro und 3.000 bis 4.000 Euro sind (leicht) überrepräsentiert. Hier gilt, ähnlich wie bei den Expeditiven, zu berücksichtigen, dass einige in diesem Milieu noch über kein eigenes Einkommen verfügen. Bei den Adaptiv-Pragmatischen trifft das auf 15,2 Prozent zu; im Vergleich zu den anderen Milieus ist das ein verhältnismäßig großer Anteil. Auch im Fall der Adaptiv-Pragmatischen (ähnlich wie bei den Expeditiven) soll das nicht heißen, dass dieses Milieu besonders einkommensschwach ist. Stattdessen legt dieser Befund den Schluss nahe, dass sie beruflich oft noch nicht am Ziel angekommen sind, sondern gerade auf dem Weg dahin sind, wo sie sich selber gegebenenfalls in Zukunft sehen.

78 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 74: Adaptiv-Pragmatische – Schulabschluss


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

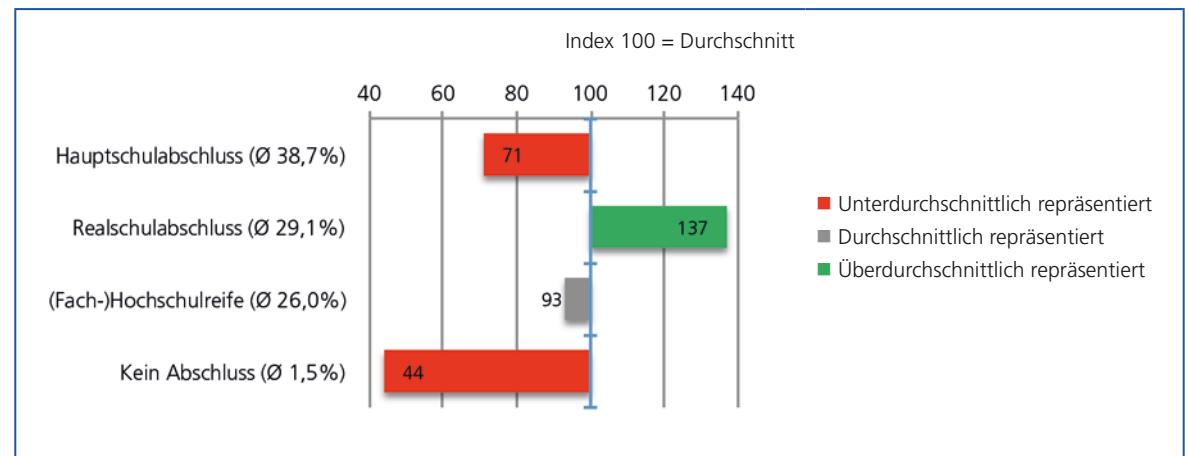
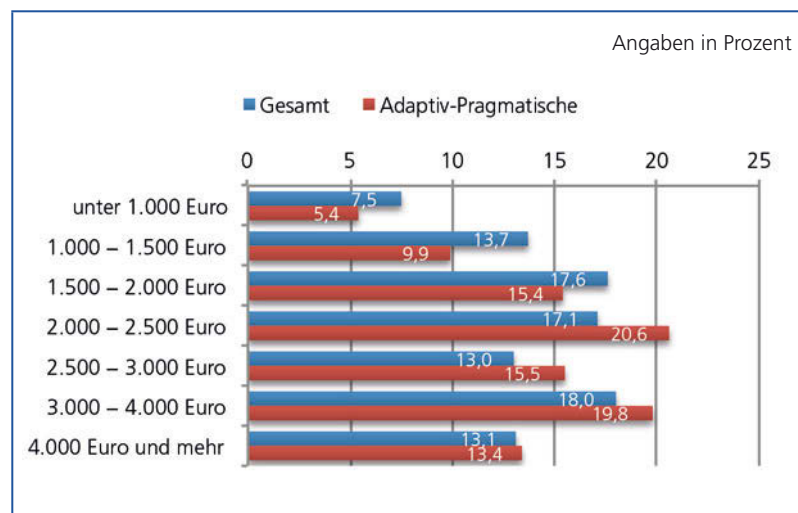
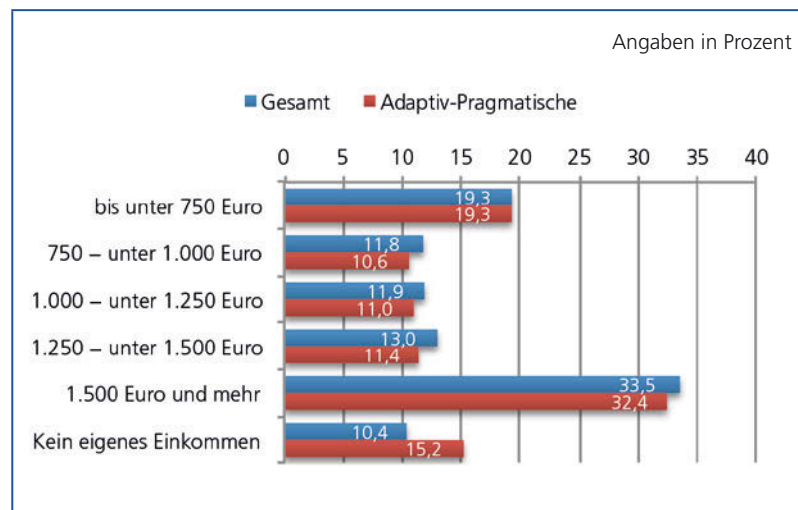


Abbildung 75: Adaptiv-Pragmatische – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 76: Adaptiv-Pragmatische – Eigenes Einkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

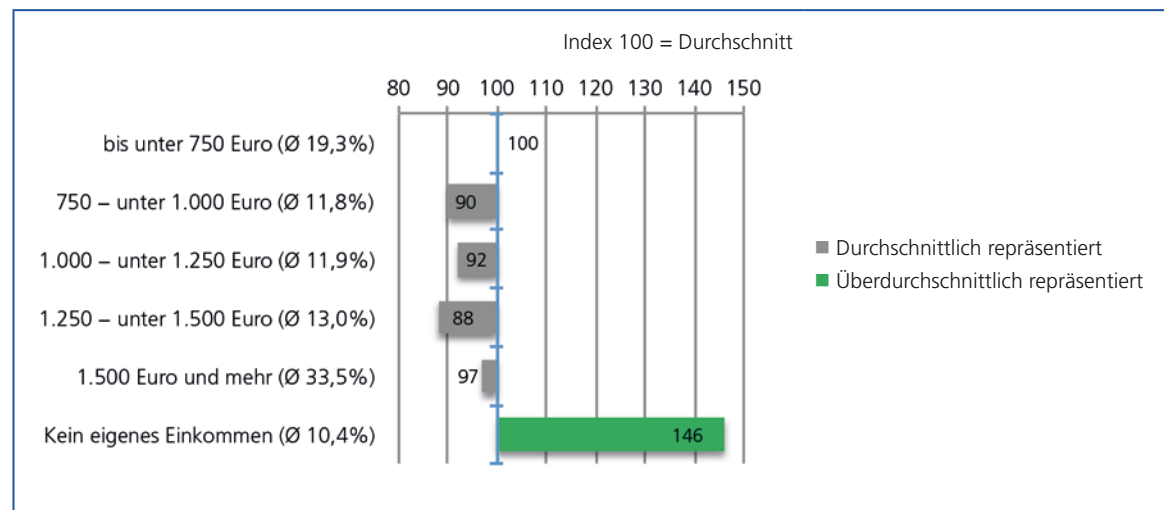
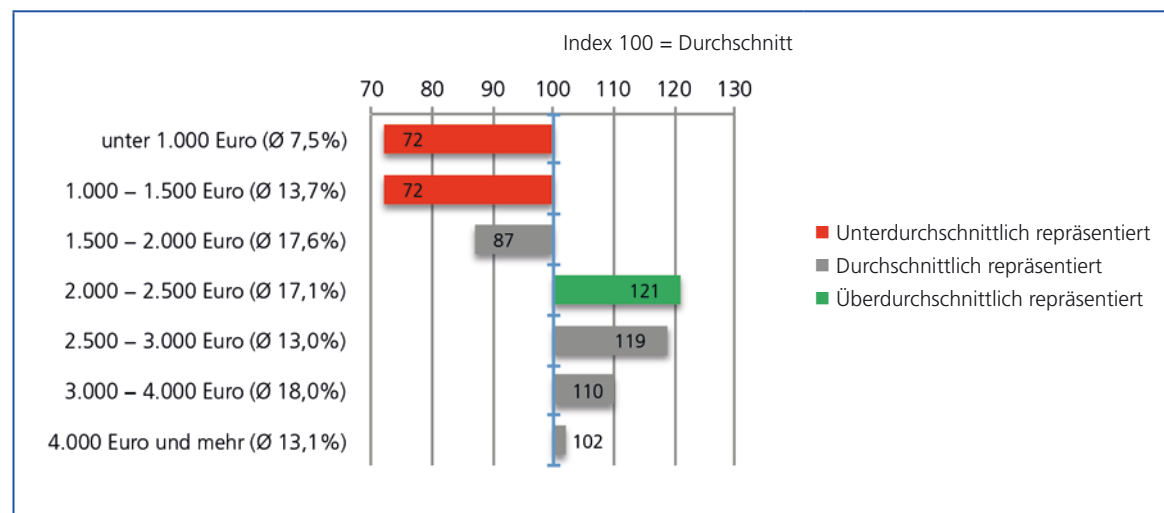
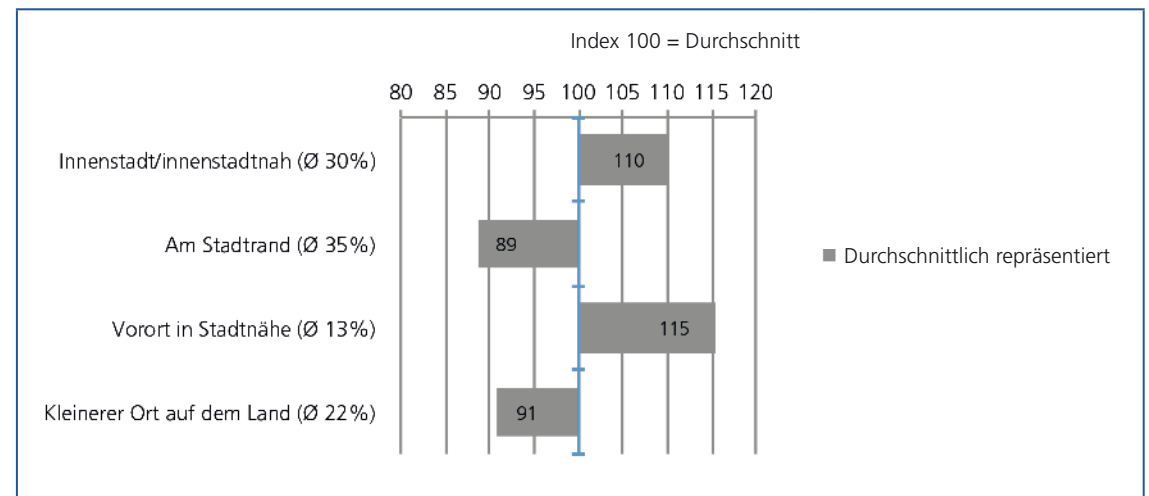
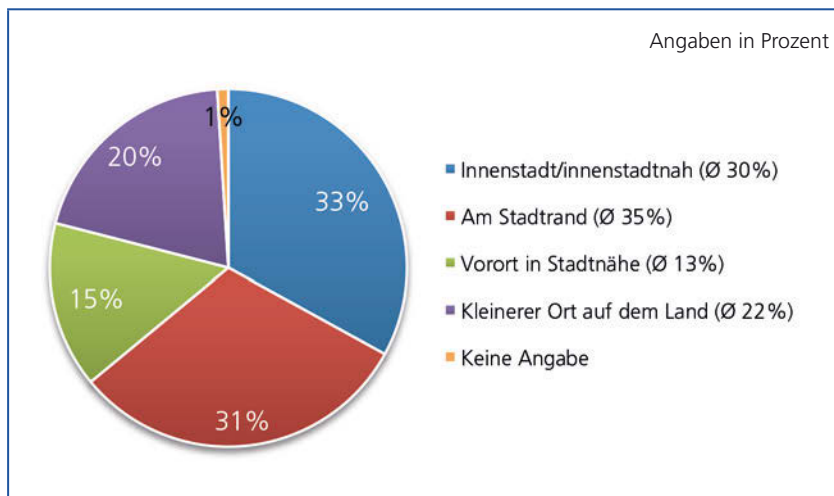


Abbildung 77: Adaptiv-Pragmatische – Derzeitiger Wohnort



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

In der dominanten Haushaltsstruktur wird die große Bedeutung von Familie und Kindern für dieses Milieu deutlich: 45,8 Prozent der Adaptiv-Pragmatischen leben in Haushalten mit Kindern unter 18 Jahren; 53,5 Prozent geben an, dass sie bereits eigene Kinder haben. Singlehaushalte sind hingegen stark unterrepräsentiert: 15,8 Prozent leben derzeit in Singlehaushalten. Zum Vergleich: Im Durchschnitt leben 22,4 Prozent der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren in Singlehaushalten, bei den Expeditiven sind es 24,4 Prozent, bei den Prekären 29,5 Prozent und bei den Traditionellen gar 31,7 Prozent.⁷⁹

Der Großteil der Adaptiv-Pragmatischen lebt in der Stadt bzw. am Stadtrand. Im Vergleich zum Durchschnitt ist hier allerdings (noch) keine klare Präferenz erkennbar. Aber auch hier muss berücksichtigt werden, dass auch die Wohnsituation bezüglich des Wohnorts noch nicht final getroffen ist und sich innerhalb der nächsten Jahre bzw. mit Abschluss der Ausbildung noch ändern kann. Der überdurchschnittlich hohe Anteil derer, die in den nächsten fünf Jahren einen Immobilienerwerb planen, kann als ein Zeichen dafür gedeutet werden.⁸⁰

⁷⁹ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

⁸⁰ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle; Frage: „Planen Sie in den nächsten fünf Jahren die Anschaffung/den Erwerb einer oder mehrerer Immobilien?“ (Antworten: Ja/Nein)

Die Datenlage deutet es an: Die Adaptiv-Pragmatischen sind die moderne und junge Bürgerliche Mitte. Allerdings sind sie (moderat) ehrgeiziger und zielstrebig als die Bürgerliche Mitte, jedoch nicht in dem Maße, wie es bei den Expeditiven und ganz besonders den Performern der Fall ist. Sie sind jung, aber nicht jugendlich (wie die Expeditiven). Sie wissen sehr gut, dass sie hart arbeiten müssen, um in der inzwischen rauen Wirklichkeit zu bestehen. Deshalb ist für sie ein gesunder Ehrgeiz, Einsatzbereitschaft und besonders Pragmatismus unabdingbar. Sie sind zielstrebig im Sinne eines strategischen Opportunismus, sind flexibel, sorgen vor, planen ihr Leben, ohne es allerdings zu verplanen.

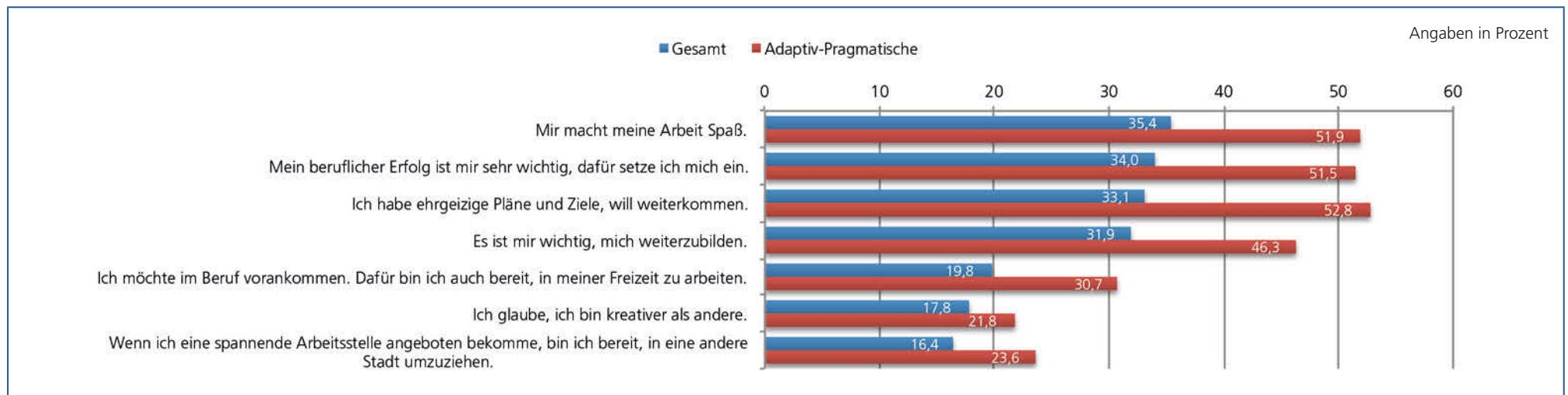
Sie wollen ganz praktisch im Leben bestehen, ihren Weg machen und dafür auch Anerkennung, Wertschätzung und den verdienten Lohn (Verdienst, Rechte etc.) erhalten. Sie kennen ihren Wert sehr gut, und wenn sie können, werden sie sich nicht ohne adäquate Gegenleistung einfach für etwas aufopfern. Gleichzeitig verstehen sie, dass sie sich anpassen müssen, und haben damit kein Problem. Es geht ihnen nicht darum, sich um jeden Preis durchzusetzen und den „Platzhirsch“ zu geben, wie beispielsweise den Performern. Diese Art ist ihnen nicht nur fremd, sondern macht ihnen aus ihrer Sicht auch das Leben unnötig schwer. Sie ziehen Regelkonformität vor. Für sie ist es



Die mobile, zielstrebige junge Mitte der Gesellschaft mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül: erfolgsorientiert und kompromissbereit, hedonistisch und konventionell, starkes Bedürfnis nach „flexicurity“ (Flexibilität und Sicherheit).

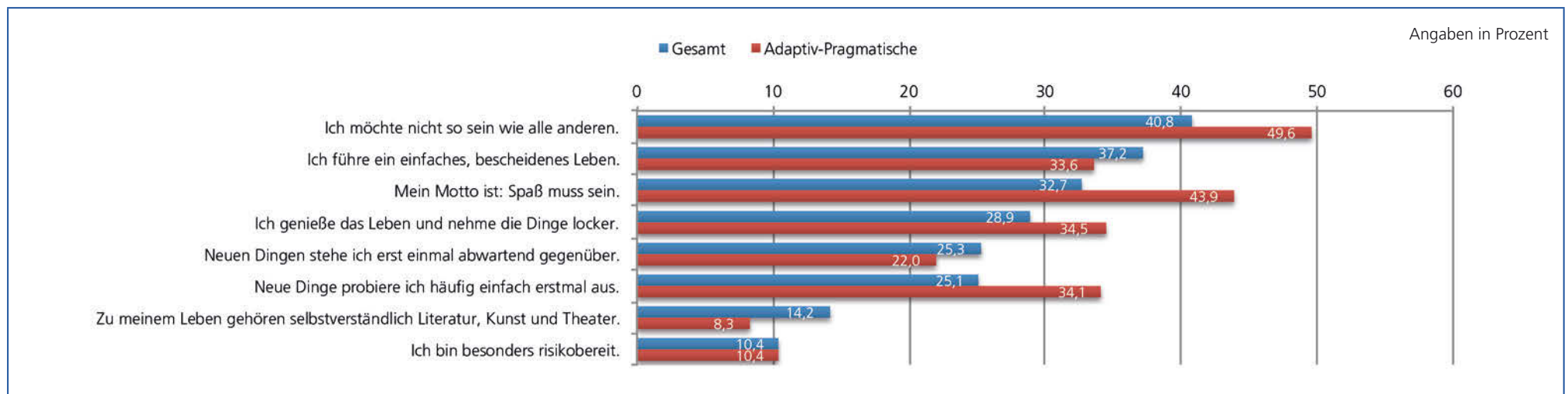
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 78: Adaptiv-Pragmatische – Aufstiegsorientierung



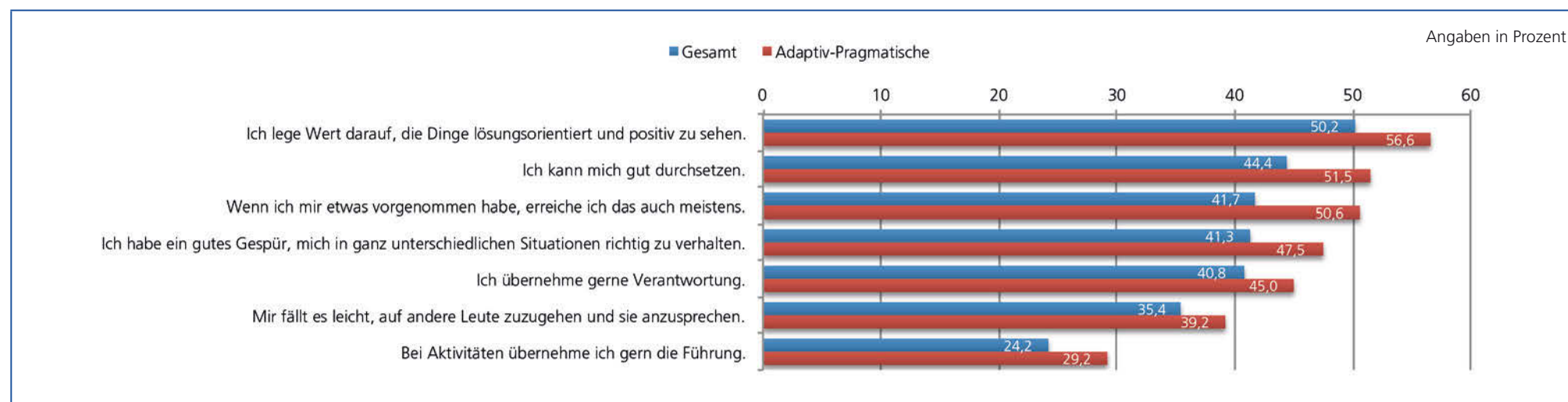
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 79: Adaptiv-Pragmatische – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 80: Adaptiv-Pragmatische – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

sinnvoller, nach Kompromissen zu suchen, Konsens herzustellen anstatt mit dem Kopf durch die Wand zu wollen. In diesem Sinne sind sie maßvoll aufstiegs-, karriere- und statusorientiert.

Dennoch: In ihrem Umfeld und im engsten Kreis wollen sie anerkannt werden und sind insofern extrinsisch motiviert, als dass sie darauf achten, was andere von ihnen erwarten, was andere sagen. Sie wollen zudem ihrer Verantwortung für andere gerecht werden. Adaptiv-Pragmatische können durchaus empfindlich reagieren, wenn ihnen nicht das nötige Maß an Wertschätzung entgegengebracht wird. Sie erwarten Anerkennung und ein Mindestmaß an Aufmerksamkeit. Bleibt das aus, können sie auch mal trotzig reagieren, allerdings ohne dabei den richtigen Konflikt zu suchen.

Der Beruf, Arbeit, Erfolg, Karriere und Geld sind ihnen allerdings Mittel zum Zweck: Wer sich etwas leisten will, muss dafür etwas tun und hart arbeiten. Der eigentliche Dreh- und Angelpunkt in ihrem Leben ist die eigene Familie. Kinder sind ihnen ein zentrales Anliegen, ebenso eine intakte Familie voller Liebe und Wärme. In diesen Werten nehmen sie sich nicht viel mit der Bürgerlichen Mitte, allerdings ist die eigene kleine Fa-

milie meist gerade erst im Entstehungsprozess (besonders stark überrepräsentiert sind Haushalte, in denen Kinder unter sechs Jahren leben).⁸¹

Es fällt ihnen recht leicht, auf Leute zuzugehen. Viele Kontakte zu haben, ist schön und nicht zuletzt nützlich. Allerdings werden Kontakte nicht mit dem instrumentellen Blick der Performer betrachtet. Xing, Facebook, Wer-kennt-wen sind tolle Dienste, werden aber anders und persönlicher genutzt als bei den Performern.

Sie haben in der Regel einen moderat aufmerksamen Blick für ihr weites Umfeld, also ihre Stadt und ihre Region, auch das Land insgesamt. Deutlich weniger Interesse trifft dagegen das globale internationale Umfeld (es sein denn unter touristischen Gesichtspunkten). Politik bekommen sie mit, allerdings ohne Leidenschaft. Gesellschaftliche Themen, die ihr Leben betreffen, beschäftigen sie zum Teil stark, allerdings eher auf der emotionalen Ebene denn auf der rein rationalen oder wissenschaftlichen Ebene.

⁸¹ Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III; insgesamt leben 18,5 Prozent der Adaptiv-Pragmatischen in Haushalten mit Kindern unter 6 Jahren, das entspricht einem Index von 192 (im Durchschnitt sind es 9,6 Prozent).



Quelle: IKEA Katalog 2012

Aus dem Leben gegriffen: „Das Leben ist kein Ponyhof“ – aber ein bisschen wie Ikea

- Mit Ikea-Möbeln kann man eigentlich nichts falsch machen, sie sind modern, im allseits beliebten skandinavisch (schwedischen) gemütlichen Stil, veralten kaum, gehen mit der Zeit.
- Sie sind außerdem „konfliktfrei“, denn viele (vielleicht jeder?) hat Ikea-Möbel in der Wohnung; sie werfen keine Fragen hinsichtlich Stil, Geschmack (über den lässt sich ja bekanntlich streiten) und Preis auf, denn Ikea ist erschwinglich und jeder weiß, wie viel das Sofa im Wohnzimmer in etwa gekostet haben könnte. Schließlich waren wir alle schon mal bei Ikea.
- Daher weiß auch jeder, dass man bei Ikea auch gerne mal für etwas Besonderes tiefer in die Tasche greifen kann (z. B. bei Küchen). Das Ganze hat also keinerlei Billig- oder Discountanmutung.
- Ikea lässt aber auch genügend Raum für die eigene Individualität: Schränke, Küchen, sogar Billys lassen sich individuell gestalten und nach den eigenen Bedürfnissen zusammensetzen – auf diese Weise kann aus jedem Möbelstück etwas mit der eigenen Note werden, ohne dabei aus dem Rahmen zu fallen bzw. allzu sehr aufzufallen.

- Zudem passt das Image von Ikea zu diesem Milieu: Ikea richtet nicht nur Familien gemütlich ein und bietet Kinderbeschäftigung beim Einkauf, sondern gilt auch für Angestellte als familienfreundliches Unternehmen (zumindest in der eigenen Darstellung) – hier kann man beides: eine (moderate) Karriere hinlegen und gleichzeitig Familie gründen und gut bzw. sicher versorgen.

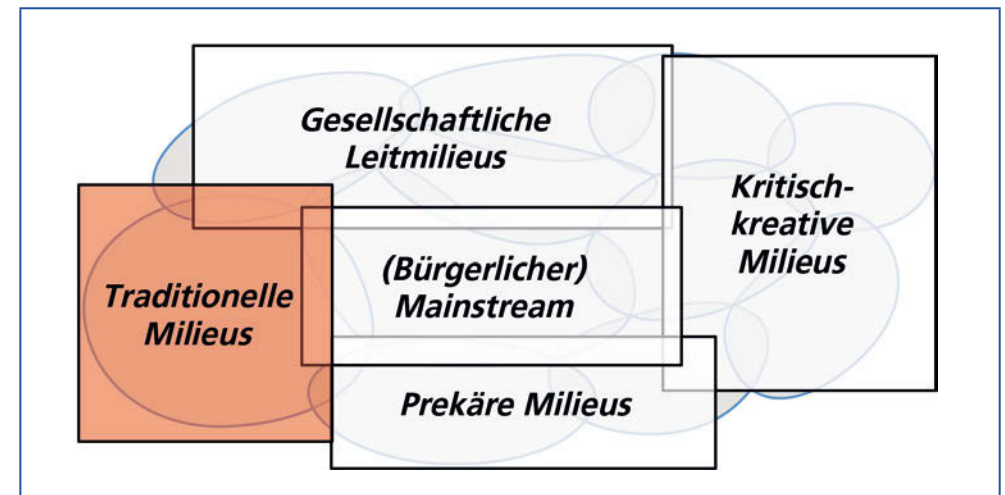
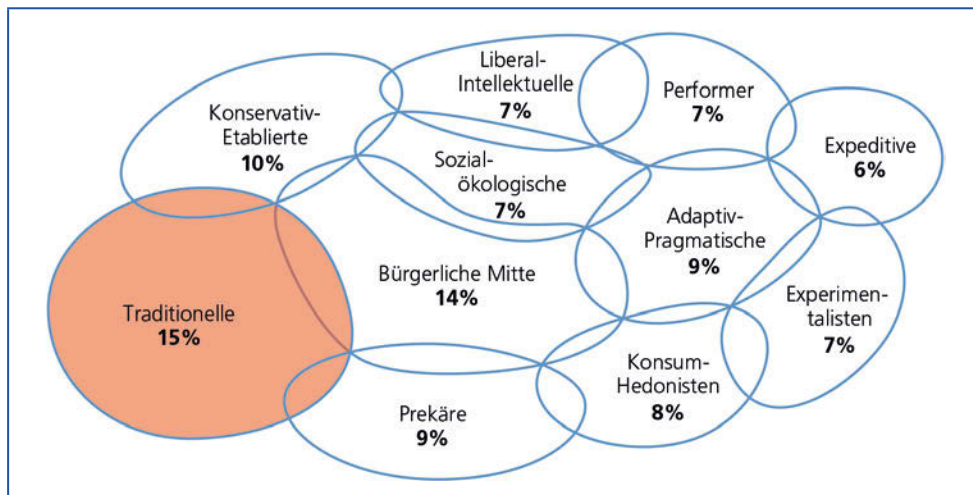


© T. Lannuzel

Traditionelles Milieu

Zum Traditionellen Segment zählen wir nur ein Milieu, das Milieu der Traditionellen. Sie bilden mit 15 Prozent das größte Milieu in der Milieulandschaft (neben der Bürgerlichen Mitte). Die Größenordnung dieses Milieus und das hohe durchschnittliche Alter spiegeln den fortschreitenden demografischen Wandel und den stetigen Anstieg der älteren Bevölkerungsgruppen. Vor dem Hintergrund dieser demografischen Gegebenheiten lässt sich schließen, dass sie besonders in der Stadtgesellschaft und den Themen der Stadtentwicklung ganz andere Interessen, Bedürfnisse und Präferenzen haben als andere – besonders die jüngeren – Milieus und dementsprechend das Konfliktpotenzial innerhalb mancher Themenbereiche besonders stark ausgeprägt sein kann.

Abbildung 81: Die Traditionellen



Quelle: vhw/Sinus-Institut Heidelberg, 2011

Traditionelle

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 82: Traditionelle – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	15 % – 10,77 Mio.
Geschlechterverhältnis	37,1 % Männer, 62,9 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Ein Blick auf die Altersstruktur macht es deutlich: Die Traditionellen sind das älteste Milieu in der Milieulandschaft. Der mit Abstand größte Teil dieses Milieus ist mit 70,2 Prozent älter als 65 Jahre. Diese Altersgruppe ist deutlich überrepräsentiert, während alle anderen deutlich unterrepräsentiert sind. Besonders der Anteil derjenigen, die jün-

ger als 45 Jahre sind, ist im Vergleich zu anderen Milieus (besonders zu den Expeditiven) mit 7,8 Prozent geradezu verschwindend gering.⁸²

Der Anteil der Migranten in diesem Milieu liegt knapp unter dem Durchschnitt und beträgt 13 Prozent. Die Vermutung liegt nahe, dass sich hier besonders diejenigen wiederfinden, die im Modell der Migrantenmilieus als Traditionelles Arbeitermilieu bezeichnet werden.⁸³

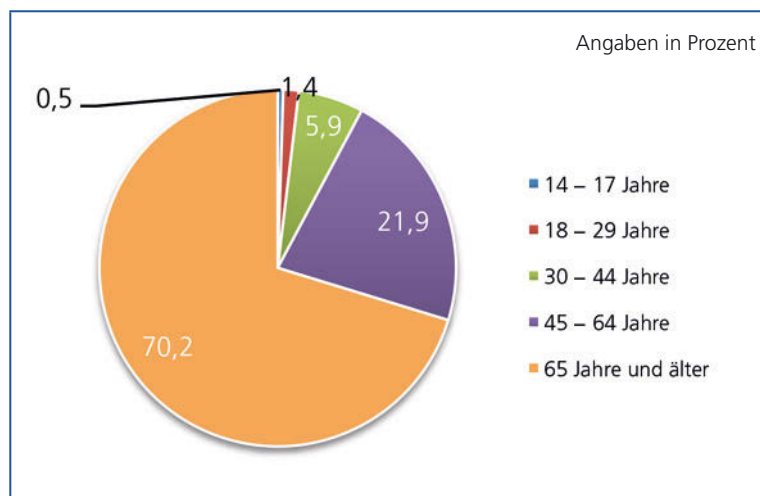
Traditionelle haben meist eine einfache Bildung: 79,6 Prozent von ihnen haben die Schule mit dem Hauptschulabschluss beendet. Alle anderen Schulabschlüsse sind in diesem Milieu deutlich unterrepräsentiert: Einen Realschulabschluss haben 11,9 Prozent, die (Fach-)Hochschulreife 6,3 Prozent. Dass sie meist über eine einfache Bildung verfügen, mag auch an der Zeit liegen, in der sie ihre (schulische) Ausbildung abgeschlossen haben: In der Nachkriegszeit wurden andere Prioritäten gesetzt, eine existenzielle Grundlage für die Familie zu schaffen, war wichtiger als in der heutigen Wissensgesellschaft, in der Bildung zum Statussymbol avanciert ist.⁸⁴

⁸² Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

⁸³ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

⁸⁴ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 83: Traditionelle – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

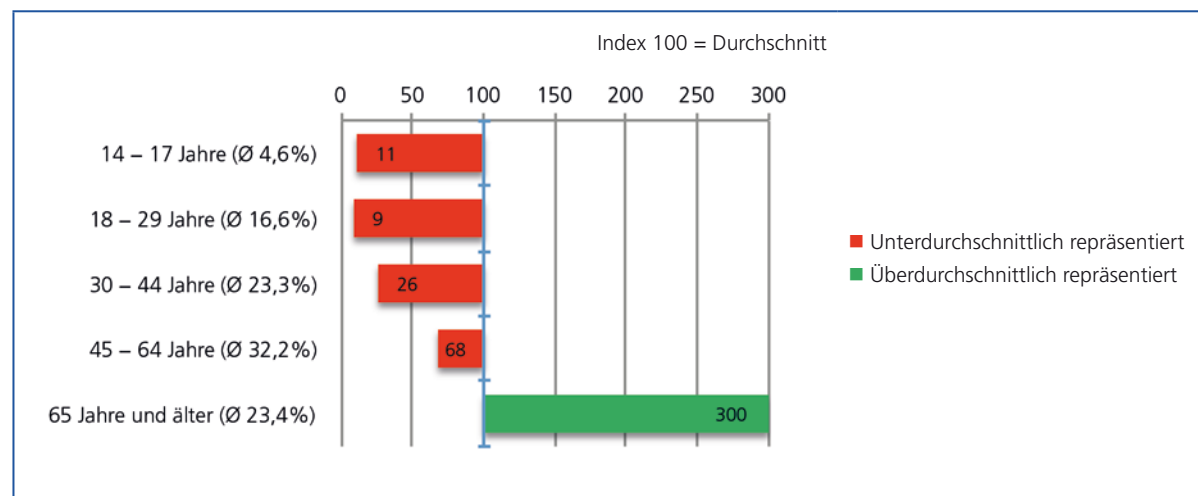
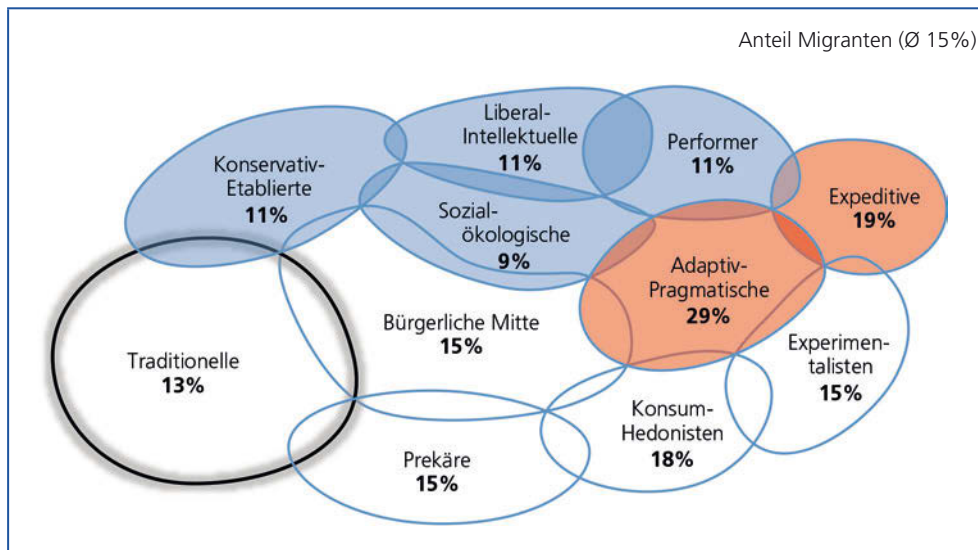


Abbildung 84: Traditionelle – Anteil Migranten


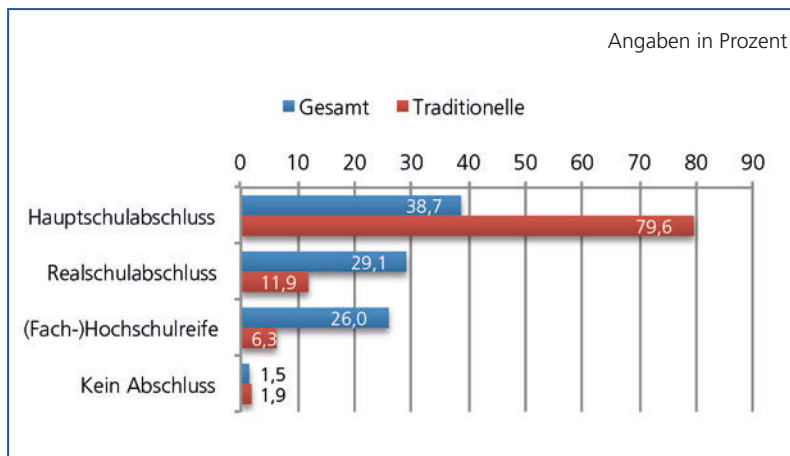
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Das berufliche Leben ist für den größten Teil der Traditionellen längst vorbei: 71,5 Prozent von ihnen sind Rentner bzw. Pensionäre; berufstätig sind in diesem Milieu noch 17,2 Prozent. Die schulische Bildung spiegelt sich in den beruflichen Positionen bzw. den Berufskreisen wider, in denen das Milieu vornehmlich tätig ist bzw. war. Oft sind (waren) sie einfache Angestellte und Beamte (24 Prozent), aber auch einfache Arbeiter. Vor- bzw. Facharbeiter und Meister sind unter ihnen überrepräsentiert. Im Vergleich zu anderen Milieus sind sie öfter in handwerklichen Berufskreisen beschäftigt.⁸⁵

Entsprechend der Berufe und aufgrund der Tatsache, dass die meisten der Traditionellen schon gar nicht mehr arbeiten, setzt sich das monatliche Haushaltsnettoeinkommen des Milieus zusammen: Besonders die unteren Einkommen sind hier zum Teil stark überrepräsentiert – 65,9 Prozent der Traditionellen stehen weniger als 2.000 Euro im Monat zur Verfügung. Hohe Haushaltsnettoeinkommen stehen nur den wenigsten zur Verfügung – 20,6 Prozent haben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro.⁸⁶

⁸⁵ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

⁸⁶ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle; zum Vergleich: Im Durchschnitt haben 39,7 Prozent der Befragten ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro, bei den Performern sind es sogar 59,9 Prozent.

Abbildung 85: Traditionelle – Schulabschluss


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

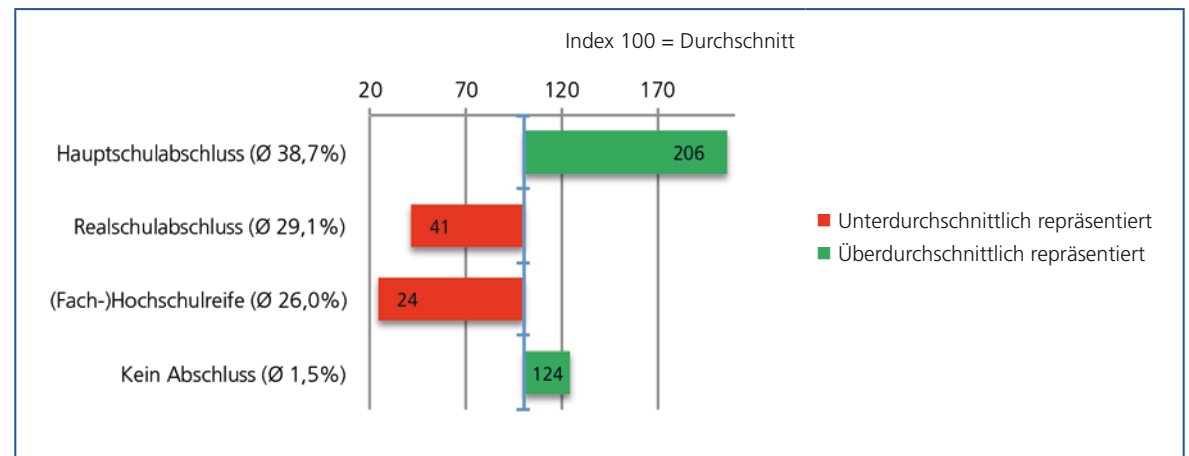
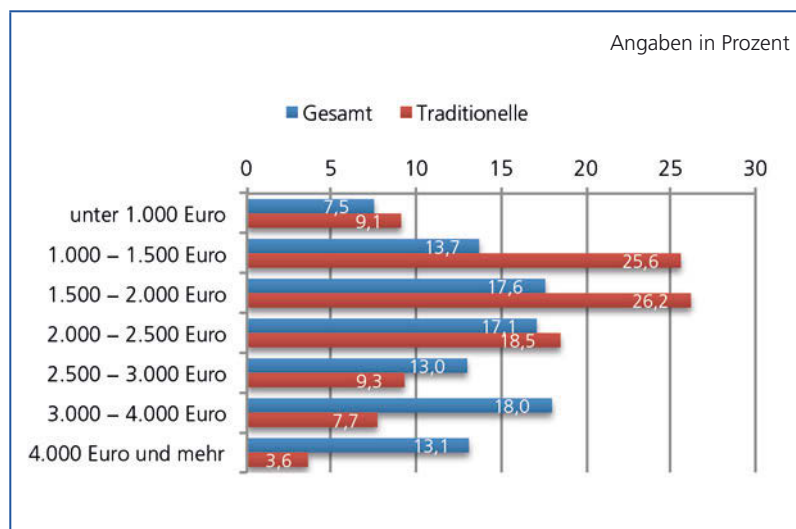


Abbildung 86: Traditionelle – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

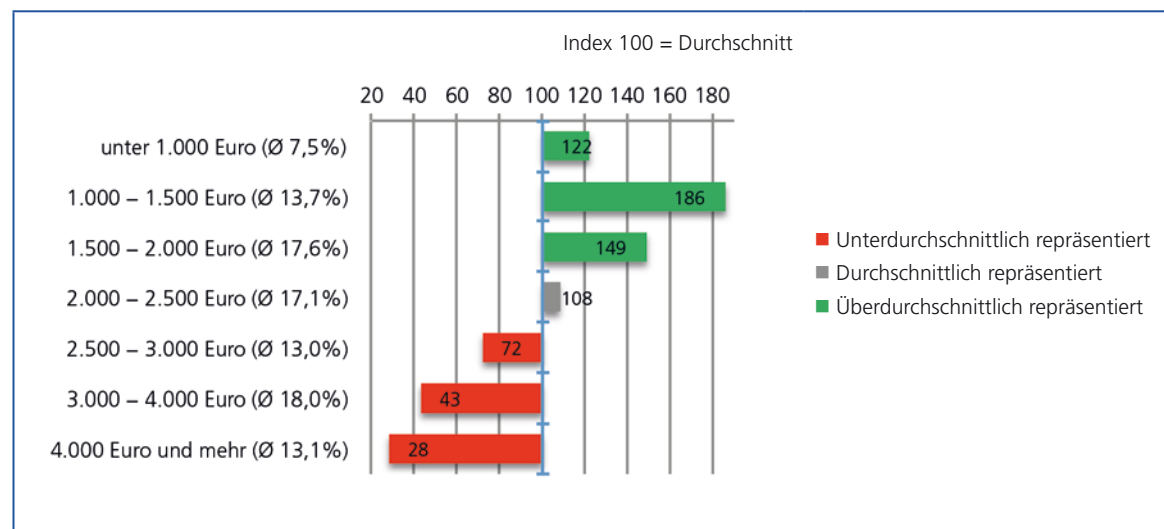
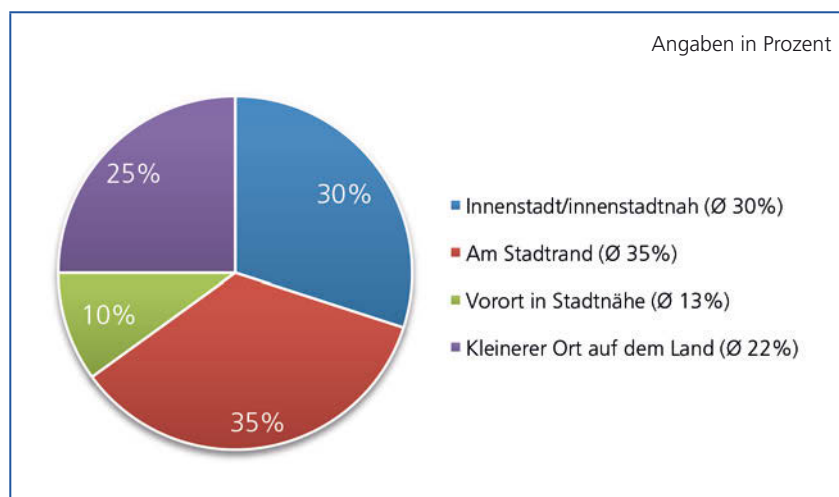
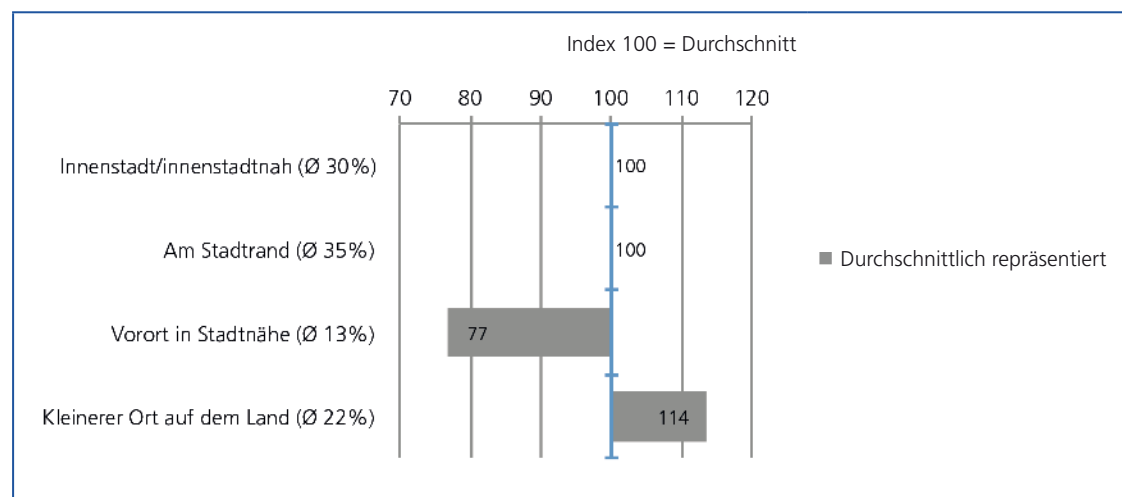


Abbildung 87: Traditionelle – Derzeitiger Wohnort



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

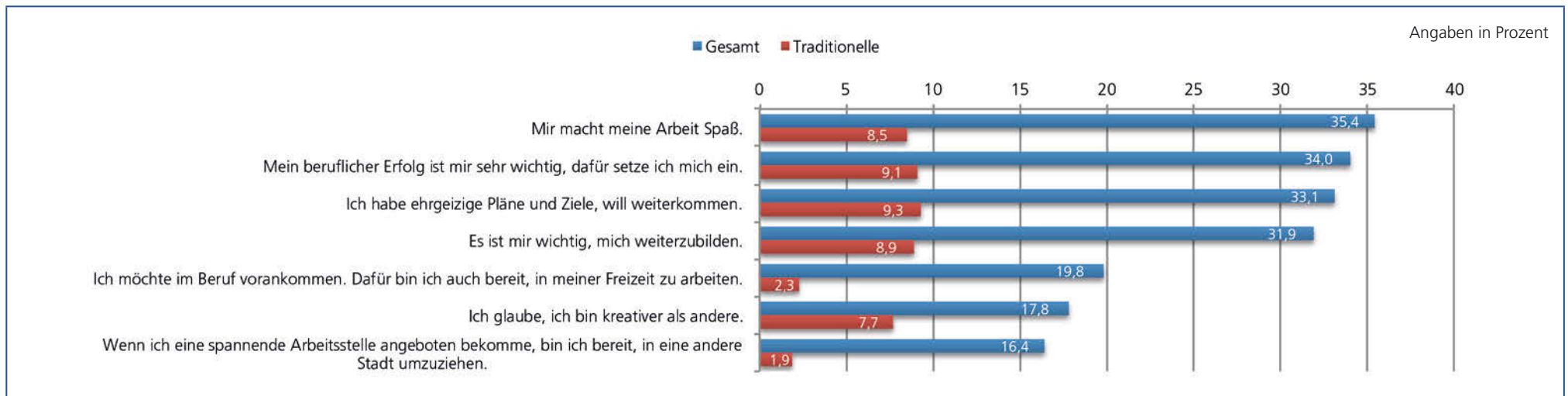




Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegs-/ Nachkriegsgeneration: in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur verhaftet.

(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 88: Traditionelle – Aufstiegsorientierung



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

In ihrer Haushaltsstruktur fällt bei den Traditionellen der hohe Anteil an Singlehaushalten auf. Er liegt, bedingt durch das hohe Alter, mit 31,7 Prozent fast 10 Prozentpunkte über dem Durchschnitt (= 22,4 Prozent). In Mehrpersonenhaushalten mit Kindern unter 18 Jahren leben hingegen nur 7,8 Prozent. Der Altersschwerpunkt des Milieus von über 65 Jahren legt den Schluss nahe, dass die eigenen Kinder längst das Haus verlassen und sich eigene Existenzen aufgebaut haben. Dafür spricht auch, dass 69,8 Prozent der Traditionellen angeben, dass sie bereits Enkelkinder haben.

Viele der Traditionellen leben in Stadt- bzw. Innenstadtnähe und liegen damit im Durchschnitt. Leicht überrepräsentiert sind hingegen kleinere Orte auf dem Land. Die Wahrscheinlichkeit ist bei diesem Milieu auch recht hoch, dass sie schon ihr Leben lang am gleichen Ort wohnen – das Milieu ist nur wenig mobil, vor allem im Vergleich zu den jungen Milieus (beispielsweise Adaptiv-Pragmatische und Expeditiv).

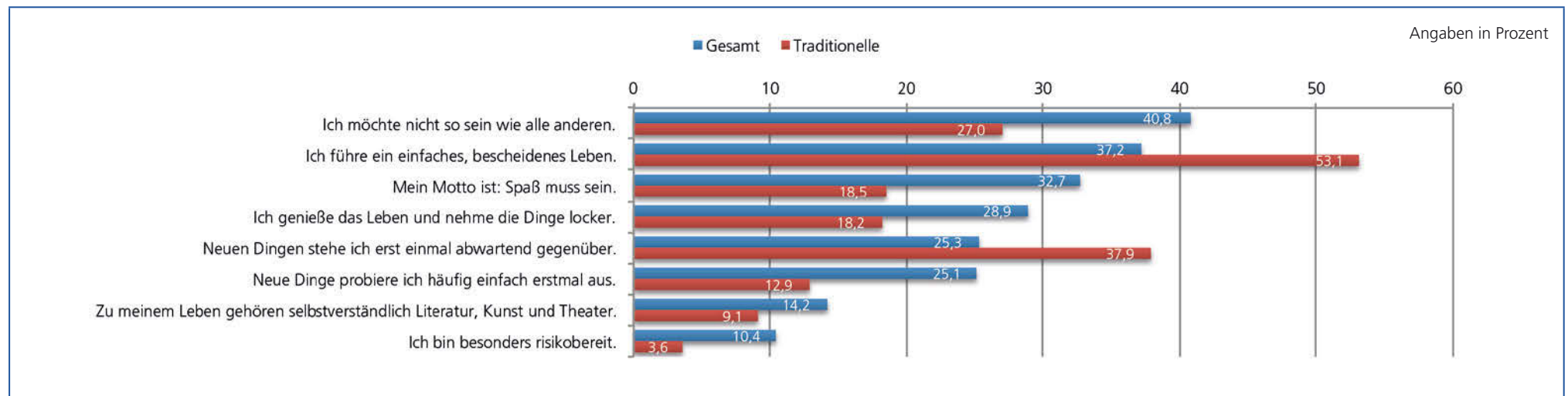
Lebenslanges Lernen bzw. Bildung nehmen in diesem Milieu keinen hohen Stellenwert ein – wer noch berufstätig ist, orientiert sich in Richtung Ruhestand, Ehrgeiz ist nicht mehr im Spiel. Stattdessen stellen sich Traditionelle immer mehr die Frage, wie man noch ein bisschen Sinn in den Alltag bringen kann, wie man sich noch nützlich machen kann, wie man also noch etwas wert ist und so auch den eigenen Selbstwert erhält.

Vor allem für die Männer ist das schwer. Denn immer mehr übernehmen in diesem Milieu die Frauen das „Ruder“ – der hohe Frauenanteil (62,9 Prozent) in diesem Milieu unterstreicht diese Annahme. Oft sehen Männer sich mit dem Eintritt in die Rente in die „Domäne“ der Frau (also den Haushalt) versetzt, und dort sind die Frauen oft stärker. Sie übernehmen schleichend und langsam, später vielleicht auch bewusst und bestimmt das Ruder. Die Männer verunsichert das, sie geraten mehr und mehr in die Defensive und Verunsicherung, und das mündet nicht selten in Abwehrverhalten und Bitternis, vor allem, wenn sie es nicht schaffen, sich eine neue Aufgabe zu suchen.

Nichtstun, „auf der faulen Haut“ liegen, ist in diesem Milieu eine Sünde. Ausruhen und entspannen darf nur der, der etwas geschafft hat. Männer und Frauen müssen sich also Themen suchen, die sie beschäftigen, an denen sie Routinen entwickeln können. Für ein Milieu, das keine Veränderungen mag, wenig Interesse an neuen Horizonten hat und nicht flexibel ist, ist das gar nicht so einfach. Ihre Alltagsordnung sehen die Traditionellen auch deshalb ungern gestört.

Ihr Leben konzentriert sich vor allem auf ihren Mikrokosmos, die eigenen vier Wände und die Aufgaben des alltäglichen Lebens: einkaufen, waschen, putzen, kochen, ein bisschen entspannen. Diese Konzentration führt dazu, dass sie am Leben an sich nicht

Abbildung 89: Traditionelle – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

wirklich teilhaben. Ein großer Teil dieses Milieus lebt von Informationen aus zweiter Hand. Statt durch eigene Erfahrung bilden und entwickeln sie ihr Bild von der Welt durch andere, vor allem die Medien. In Zeiten des schnellen Wandels führt das dazu, dass sie schnell den Anschluss an den Lauf der Zeit verlieren. Heute ist alles anders und bei vielem kommen sie schlicht nicht mehr mit, fehlt ihnen das Verständnis.

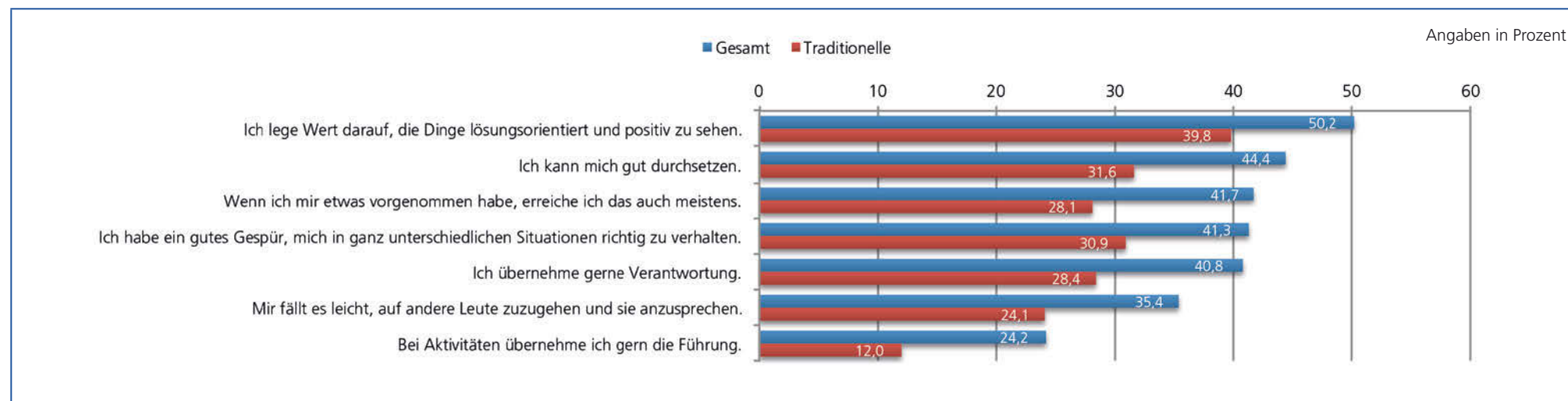
Deutlich wird das auch im Umgang mit Technik: Das Milieu hat den Anschluss an die Welt der Computer nicht oder nur in einem sehr geringen Maße geschafft. Ihr Bildungshintergrund ist in einer durchdigitalisierten Gesellschaft, die immer stärker akademisiert und virtualisiert wird, ein großes Problem, weil man aus diesem Teil der Welt, der ohne Zweifel immer wichtiger und „normaler“ wird, einfach rausfällt. Die Konsequenz ist häufig Abgrenzung, das Gefühl, nicht mehr dazugegehören, abgehängt zu sein. Das führt oft zu Verbitterung und Rückzug in den eigenen kleinen privaten Kosmos.

Abstrakte Konzepte sind ihnen nichts wert, denn sie sind unverständlich, nicht praktisch, nicht konkret. Neues ist nicht per se gut, sondern jenseits des sofort erkennbaren Nutzens zunächst einmal negativ, frei nach dem Motto „So haben wir das schon immer gemacht!“ bzw. „So haben wir das noch nie gemacht!“.

Viele Zusammenhänge und relevante Aspekte im Leben sehen sie nicht (mehr). Das Bildungsniveau und Informationsinteresse aus eigenem Antrieb sind in diesem Milieu sehr gering. Der Umgang mit Komplexität und vielen gegensätzlichen Sichtweisen überfordert und irritiert sie, wirkt gefährlich und verunsichernd. Auch deshalb ist es für dieses Milieu furchtbar, wenn ihre Nachbarschaft sich schleichend verändert, aus ihrer Sicht überfremdet und anonymisiert. Das ist auch deshalb schlimm, weil sie intensiv vor Ort leben, in ihrer Nachbarschaft und in lokalen Beziehungsgefügen – sie sind in ihrem Umfeld und ihrer Identität sehr lokal ausgerichtet. Wenn möglich, leben sie auch mit oder in der Nähe ihrer Familie. Überhaupt ist es großes Glück, wenn es in ihrer Nähe ein Familienleben gibt, also Kinder und Enkelkinder, die einen besuchen, Verwandte, mit denen man Kontakt hat.

Ihre Mobilität beschränkt sich auf ihr direktes Umfeld – das hohe Alter und auch das unterdurchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen sind limitierende Faktoren und lassen im Alltag keine großen Sprünge zu, wie zum Beispiel den regelmäßigen Besuch von Gaststätten oder Veranstaltungen, Kultur und Ausflüge. Die Kontakte im direkten Umfeld dünnen langsam aus, neue Kontakte sind dann unvertrauter und oberflächlicher.

Abbildung 90: Traditionelle – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Insofern ist das eigene Umfeld nicht selten rund um den eigenen Mikrokosmos, also sehr stark um die eigene Wohnung und den Fernsehapparat aufgebaut.

Die meisten Traditionellen sind Rentner und vor allem Rentnerinnen; deshalb haben sie häufig viel Zeit, die sie mit der Bewältigung des Alltags verbringen. Die Aufgaben fallen allerdings immer schwerer, sie brauchen mehr Zeit als früher. Von größter Bedeutung ist es, nicht von anderen abhängig zu sein oder ihnen zur Last zu fallen. Je älter man wird, desto anspruchsvoller und schwieriger wird diese Aufgabe allerdings.

Aus dem Leben gegriffen: Die „Datsche“ bzw. der Schrebergarten – die Insel der traditionellen Glückseligkeit?

Schrebergärten in der alten BRD und „Datschen“ in der ehemaligen DDR haben Tradition. Besonders bei Städtern beliebt, schufen und schaffen sich immer noch diejenigen, die keinen eigenen Garten haben, ihr eigenes kleines Stück Natur. Besonders Schrebergartenkolonien stellen eingeschlossene Gemeinschaften dar, mit eigenen Regeln, einer eigenen Ordnung, einem eigenen Lebensgefühl. Für Traditionelle kann diese Gemeinschaft durchaus eine kleine Insel darstellen, eine eigene kleine Welt, in der noch alles

seine Ordnung und sich jeder an bestimmte Regeln zu halten hat. Hier sind sie nicht nur in einem Mikrokosmos von Gleichaltrigen, sondern auch Gleichgesinnten. Das Gärtnern verbindet; man hat hier eine Aufgabe; es gibt immer was zu tun und es ist gleichzeitig eine Flucht aus den Unsicherheiten des sonst so widersprüchlichen Alltags.

Dass Schrebergärten sich in den letzten Jahren unter „jungen Leuten“ fast schon zu einem Lifestyle-Objekt entwickelt haben, wird ihnen ganz und gar nicht gefallen. Die Fernsehsendung „Ab ins Beet“ auf VOX ist der beste Beweis dafür, dass sich immer mehr junge Leute für das Gärtnern interessieren und sich nun auch noch der letzte Rückzugsort verändert, neue Unsicherheiten schafft und womöglich noch die Ruhe in der traditionellen Welt beendet. Denn die neuen Nachbarn halten sich womöglich nicht an die Regeln, feiern bis spät in die Nacht – und dann ist es vorbei mit der geschätzten Ruhe und Ordnung.



Prekäre Milieus

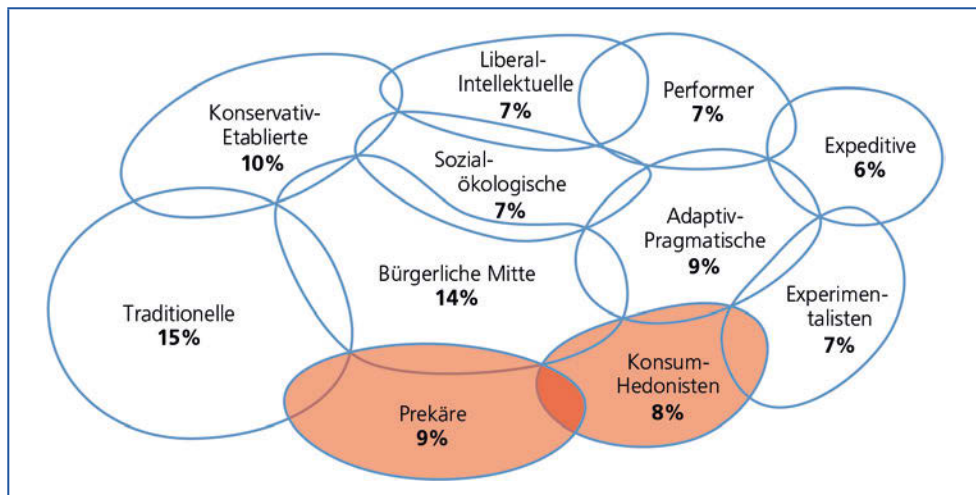
Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Zu den Prekären Milieus zählen laut der Definition der vhw-Milieusegmente das Milieu der Prekären sowie die Konsum-Hedonisten. Zusammen machen sie 17 Prozent der Gesamtbevölkerung aus. Die Bezeichnung des Milieusegments lässt auf ihre soziale Lage schließen: Nicht selten leben sie unter prekären Lebensumständen, haben überdurchschnittlich oft ein geringes Einkommen und oft einfache formale Bildungsabschlüsse. Der Anteil derjenigen, die sich nicht in einem festen Arbeitsverhältnis befinden, ist gerade bei den Prekären im Vergleich zu anderen Segmenten recht hoch. Sie üben oft einfache Berufe aus; Bildung, Beruf und Karriere nehmen häufig einen geringen Stellenwert im Leben ein. Den meisten ist die Arbeit Mittel zum Zweck: Für die Prekären ist sie eine Notwendigkeit, um die Existenzgrundlage für sich und die Familie zu sichern. Für die Konsum-Hedonisten ist sie fast schon notwendiges Übel, um das Leben außerhalb der Arbeit zu gestalten und Freizeit- und Konsuminteressen zu befriedigen.

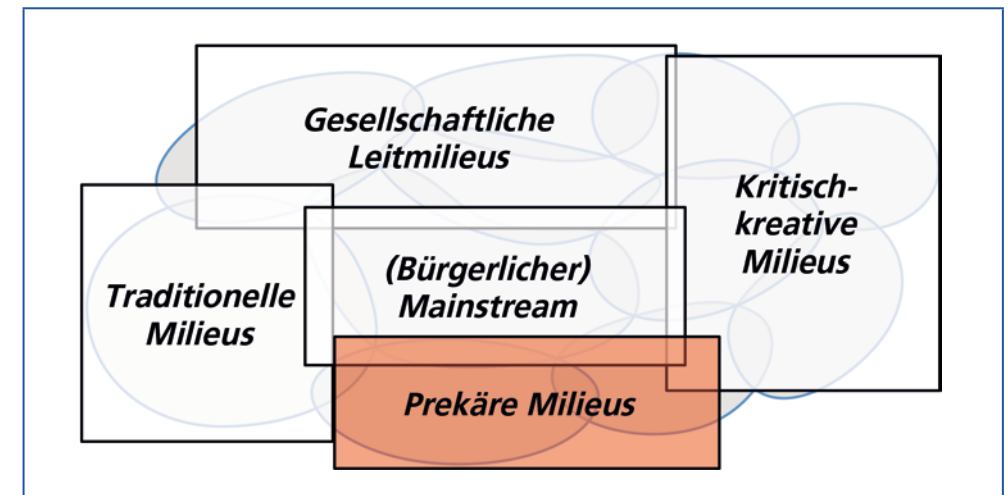
Auch wenn sich beide Milieus des Prekären Segments in ihren Lebenslagen ähneln, so unterscheiden sie sich doch in ihren Lebensphasen und einigen Einstellungen zum Leben. Die Konsum-Hedonisten sind im Durchschnitt knapp zehn Jahre jünger als die Prekären. Konsum-Hedonisten (39,4 Prozent) sind deutlich häufiger ledig als Prekäre (23,5 Prozent). Außerdem haben bei Weitem mehr Prekäre eigene Kinder als die Konsum-Hedonisten (erstere 70,2 Prozent und letztere 56,6 Prozent). Das lässt auf unterschiedliche Lebensphasen schließen, die wiederum zu unterschiedlichen Bedürfnissen in vielen Lebensbereichen führen. So sind Konsum-Hedonisten beispielsweise deutlich freizeit- und spaßorientierter als die Prekären, die sich wiederum im Alltag oft „nur“ um ihre wirtschaftliche Situation sorgen.⁸⁷

⁸⁷ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 91: Die Prekären Milieus



Quelle: vhw/Sinus-Institut Heidelberg, 2011



Prekäre

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 92: Prekäre – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

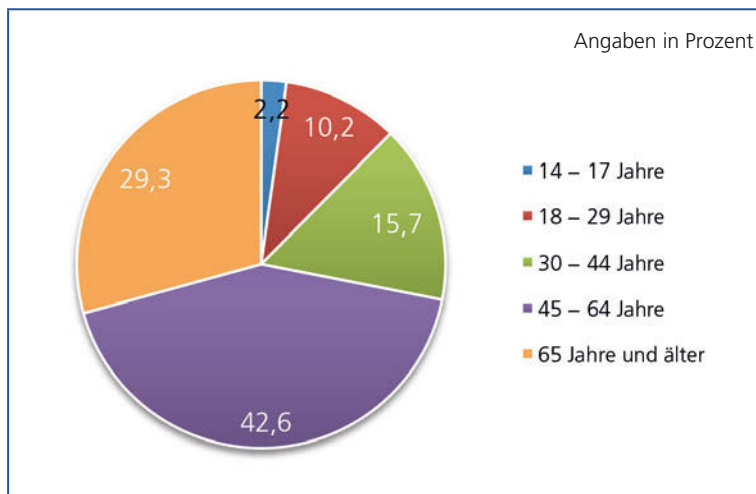
Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	9 % – 6,33 Mio.
Geschlechterverhältnis	55,2 % Männer, 44,8 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Im Gegensatz zu den Konsum-Hedonisten haben die Prekären ein vergleichsweise hohes Durchschnittsalter: Der Altersschwerpunkt liegt mit 42,6 Prozent bei den zwischen 45- und 64-Jährigen, die Mehrheit (71,9 Prozent⁸⁸) ist älter als 45 Jahre. Der Anteil der

88 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 93: Prekäre – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

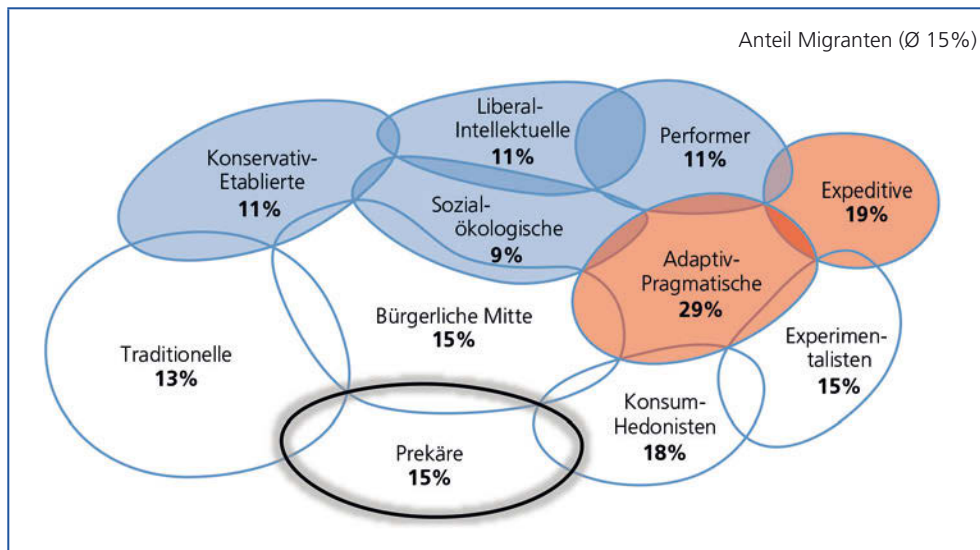
unter 30-Jährigen macht bei den Prekären 12,4 Prozent aus. Der Anteil der Migranten beträgt 15 Prozent und liegt damit in der Gesamtbetrachtung der Milieus im Durchschnitt.

Im Milieuvergleich wiesen die Prekären das niedrigste Bildungsniveau auf: Mit 57,8 Prozent hat der deutlich größere Teil des Milieus einen Hauptschulabschluss, 27,3 Prozent verfügen über einen Realschulabschluss.⁸⁹ Mit 7,6 Prozent fällt der Anteil jener, die die Schule mit der (Fach-)Hochschulreife abgeschlossen haben, sehr gering aus. Im Gegensatz dazu ist der Anteil jener, welche die Schule nicht abgeschlossen haben, im Vergleich zu allen anderen Milieus mit 5,5 Prozent auffällig hoch. Die oft einfache Bildung des Milieus spiegelt sich in der Berufstätigkeit: Die Hälfte ist berufstätig (50,1 Prozent) und als Arbeiter, Facharbeiter sowie einfache Angestellte und Beamte tätig. Zu beachten gilt auch aufgrund des Alters, dass einige Angehörige dieses Milieus bereits Rentner bzw. Pensionäre sind. Mit 35,7 Prozent fällt der Anteil zwar wesentlich geringer aus als im Traditionellen Milieu (71,5 Prozent), im Verhältnis zum Durchschnitt (25,5 Prozent) betrachtet sind sie jedoch überrepräsentiert. Gleichzeitig weist dieses Milieu die mit Abstand höchste Arbeitslosenquote auf: 18,5 Prozent der Befragten der Typolo-

89 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle



Abbildung 94: Prekäre – Anteil Migranten



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

gie der Wünsche 2013 II geben an, vorübergehend arbeitslos zu sein (im Durchschnitt liegt diese Zahl bei 5 Prozent).⁹⁰

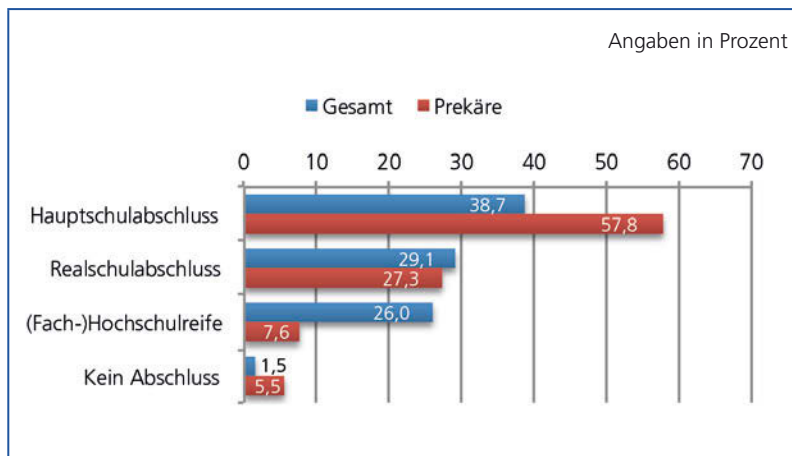
Die finanzielle Situation dieses Milieus erscheint oft schwierig, denn ganz besonders die geringen Einkommensklassen sind bei den Prekären überdurchschnittlich oft vertreten. So verfügen 40,4 Prozent der Prekären über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von weniger als 1.500 Euro. 40,5 Prozent verfügen über ein mittleres Haushaltsnettoeinkommen von zwischen 1.500 Euro und 2.500 Euro. Über ein hohes Haushaltsnettoeinkommen (ab 2.500 Euro) verfügen 19,1 Prozent des Milieus.⁹¹

Der Großteil der Prekären ist verheiratet (51 Prozent). Gut ein Viertel (25,5 Prozent) war bereits verheiratet, ist aber mit diesem Partner nicht mehr zusammen (geschieden, getrennt oder verwitwet). 70,2 Prozent haben eigene Kinder, allerdings ist die häufigste Haushaltsstruktur die der Mehrpersonenhaushalte **ohne** Kinder unter 18 Jahren (52,1 Prozent). Das verhältnismäßig hohe Durchschnittsalter des Milieus legt nahe, dass die Kinder inzwischen über 18 Jahre alt sind und nicht mehr zu Hause wohnen. Im Vergleich zu den anderen Milieus ist hier auch der Anteil jener, die angeben, Enkelkinder zu haben, relativ hoch (39,3 Prozent).

90 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

91 Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 95: Prekäre – Schulabschluss



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

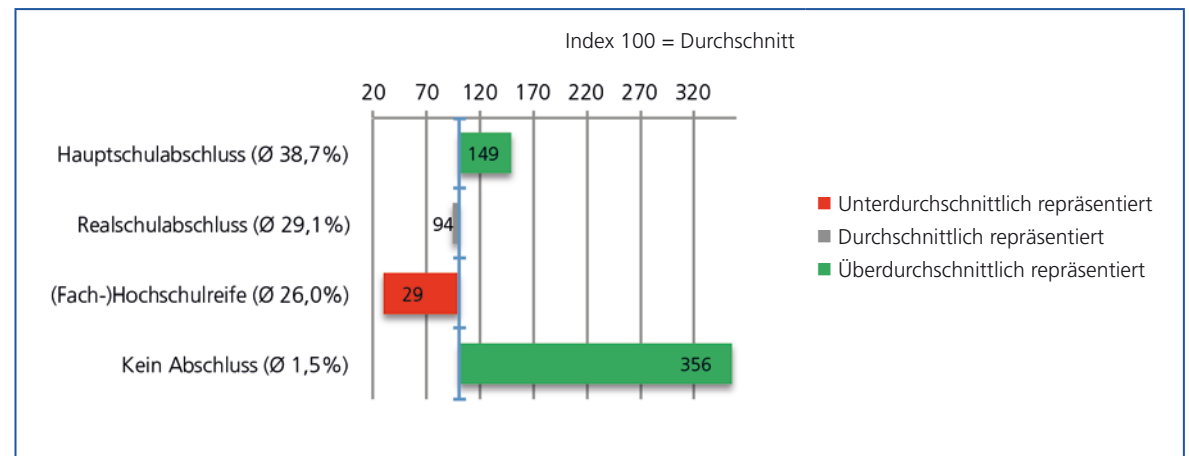
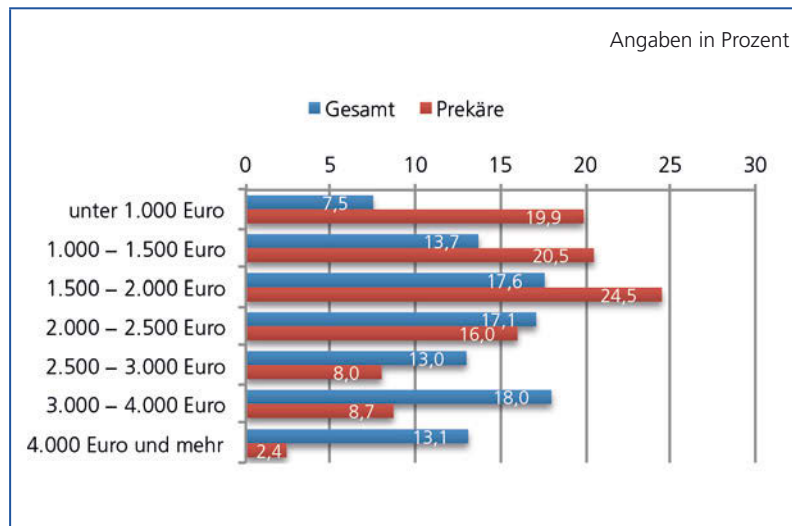
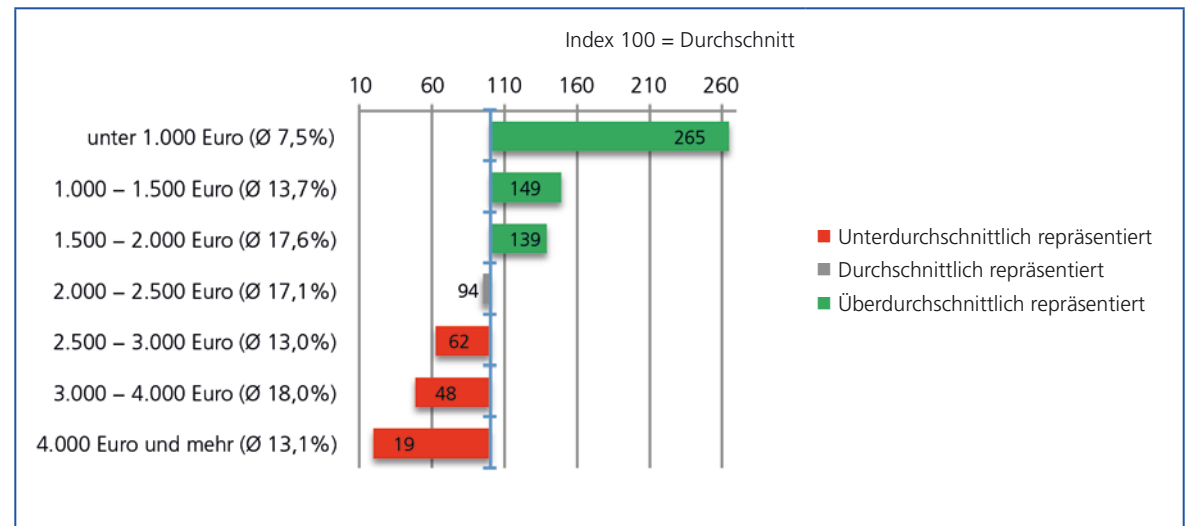
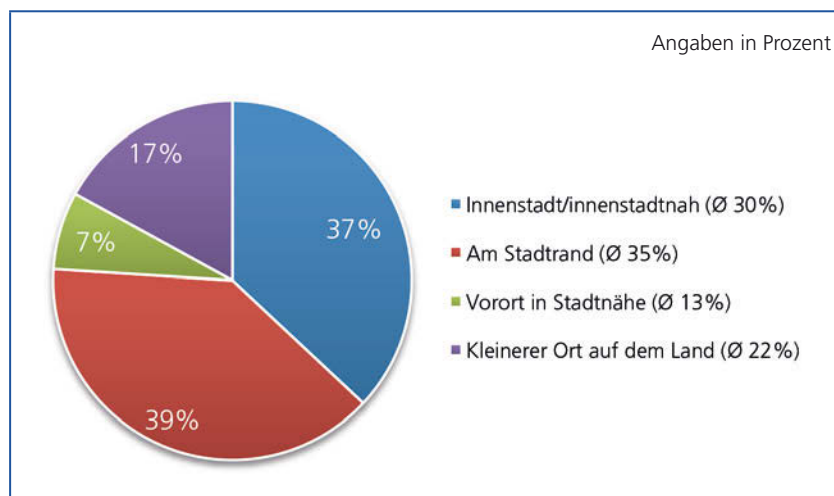
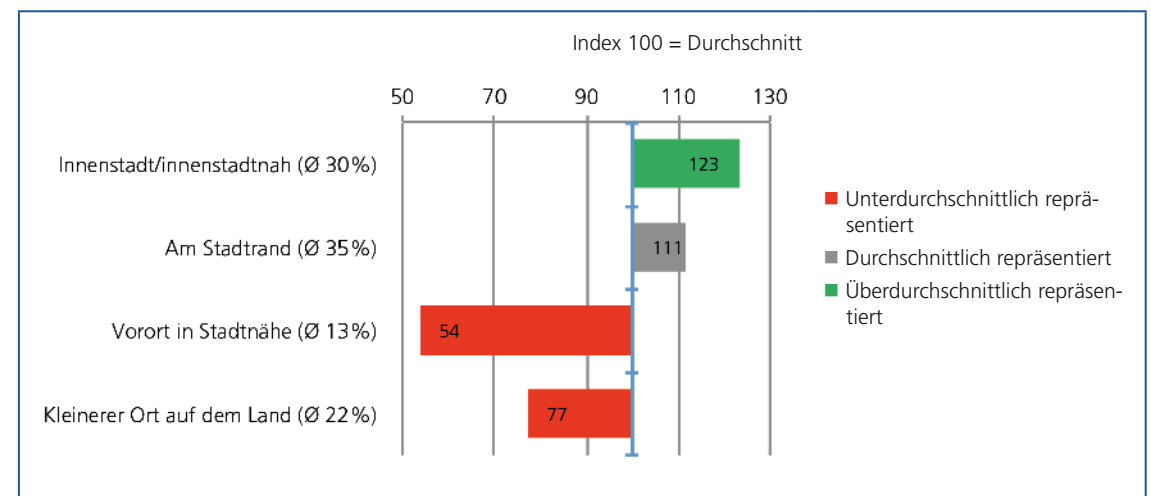


Abbildung 96: Prekäre – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle


Abbildung 97: Prekäre – Derzeitiger Wohnort


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

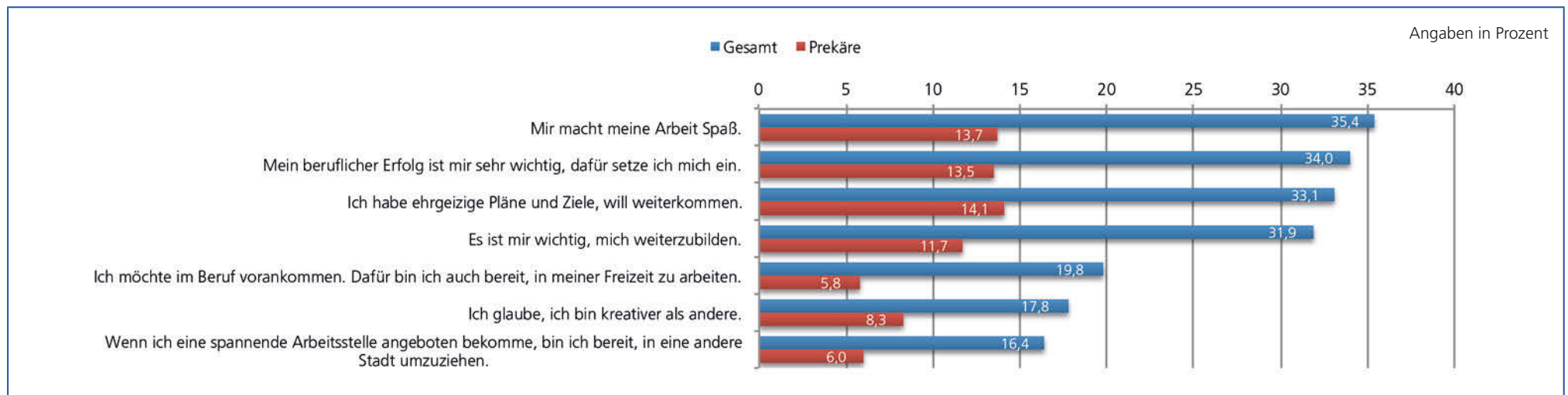




Die Orientierung und Teilhabe suchende Unterschicht mit starken Zukunftsängsten und Ressentiments: bemüht, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligung; geringe Aufstiegsperspektiven und delegative/reaktive Grundhaltung, Rückzug ins eigene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

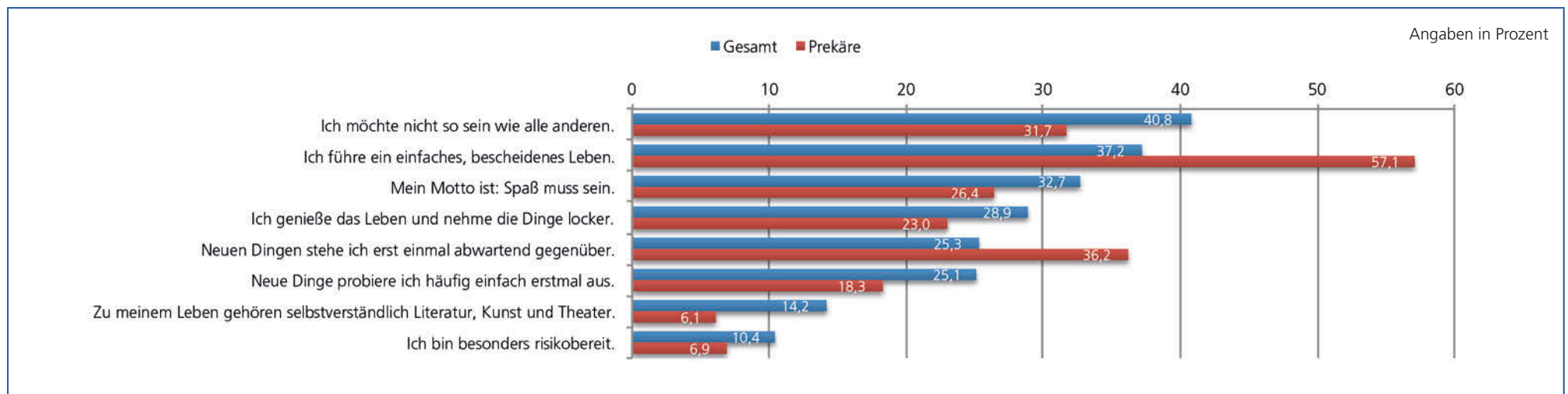
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 98: Prekäre – Aufstiegsorientierung



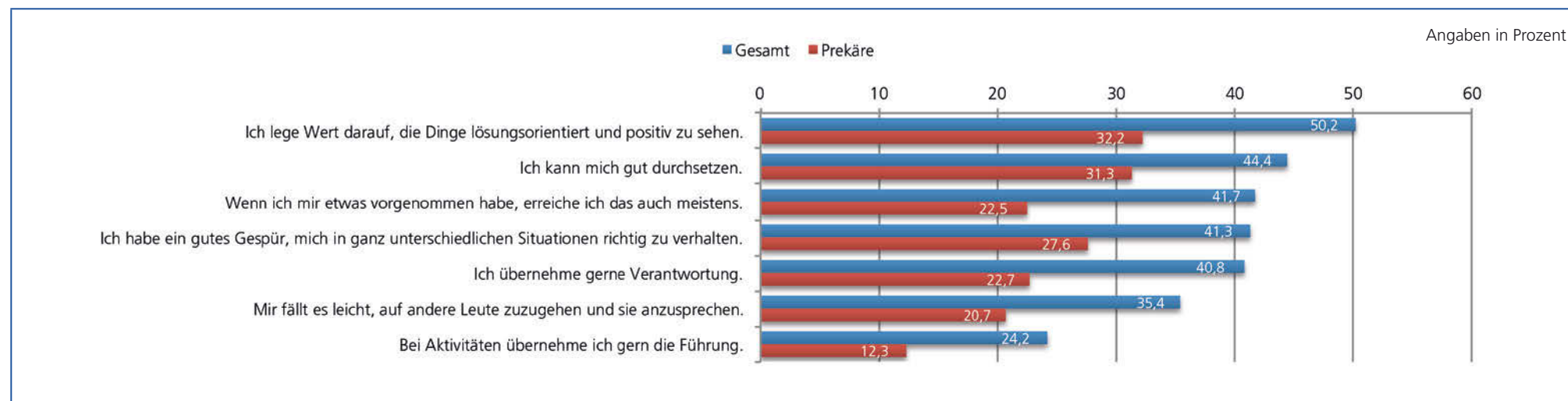
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 99: Prekäre – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 100: Prekäre – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Mit 39 Prozent lebt ein Großteil des Milieus am Stadtrand, allerdings ist auch die Innenstadt bzw. innenstadtnahes Wohnen überrepräsentiert. Deutlich weniger Prekäre wohnen in Vororten in der Nähe von Städten (7 Prozent⁹²). Unterrepräsentiert sind ebenfalls kleinere Orte auf dem Land. Die präferierte Wohnlage dieses Milieus scheinen Städte bzw. Stadtnähe zu sein.

Die teilweise schwierige wirtschaftliche Lage des Milieus spiegelt sich in seiner Alltagswelt wider. Ihr Alltagsleben ist geprägt von zum Teil starken Zwiespälten.

Sie fühlen sich einerseits zum Teil in der Gesellschaft fehl am Platz, fragen sich, ob sie gebraucht werden, ob sie die Ansprüche, die andere an sie stellen, erfüllen können. Sie haben das Gefühl, sie müssen sich „durchschlagen“ bzw. „durchkämpfen“. Das Sagen haben andere, und das führt nicht selten zu Resignation und Rückzug in die eigene kleine Welt, Abwendung und Desinteresse – „Wir haben sowieso nichts zu sagen; es ist, wie es ist.“

Andererseits hat der weitaus größere Teil dieses Milieus einen Job. Und im Berufsleben können sie zeigen, dass sie jemand sind, etwas leisten und können, gebraucht wer-

den. Allerdings gibt es keine Möglichkeiten des beruflichen (und damit eventuell auch des sozialen) Aufstiegs. Sie sind sich der Tatsache bewusst, dass man viel tun müsste, um „dran zu bleiben“, sich Chancen zu erarbeiten. Jedoch fehlt meistens der Plan und nicht zuletzt das Durchhaltevermögen. Bildung und Weiterbildung nimmt in ihrer Wahrnehmung keinen Platz ein. Dominant ist stattdessen das Gefühl, das Überleben im Alltag zu sichern.

Besonders der Bildungsrückstand, die in weiten Teilen der Gesellschaft verbreitete Geringschätzung körperlicher Arbeit und einfacher Berufe, die Ausdehnung des Billiglohnsektors und Jobs, die immer latent gefährdet sind, bieten diesem Milieu keine langfristige Perspektive. Viele spüren das, verdrängen das Problem aber auch immer wieder.

Das Bewusstsein, nicht mit anderen in der Gesellschaft mithalten zu können und „auf der Leiter unten zu stehen“, führt nicht selten zu einem Rückzug – in die eigene Welt und das eigene, oft wenig erbauliche soziale Umfeld: sozial schwächere Familien, überforderte Eltern, Singles, wenige langfristig funktionierende Beziehungen. Das Gefühl, ganz unten zu sein, haben sie längst verinnerlicht; deswegen ist es umso wichtiger, nicht der „Letzte“ zu sein – die eigene Würde zu retten, ist ein alltägliches Motiv – da-

⁹² Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

her rührt eben die deutliche Tendenz, Gruppen und Leute zu erkennen, die noch weiter unten sind, schlechter dran sind, marginalisiert sind. Nach oben tendieren die Prekären daher zu Anpassung an vermutete Erwartungen, nach unten hin zum Abwerten und Herabsetzen. Auf der anderen Seite ist ihr Umfeld „rau, aber herzlich“, gekennzeichnet von Lebenslust, kleinen Idyllen und Nischen, wie der Eckkneipe, die ein Gefühl von Nachbarschaft und „meine Heimat“ vermittelt.

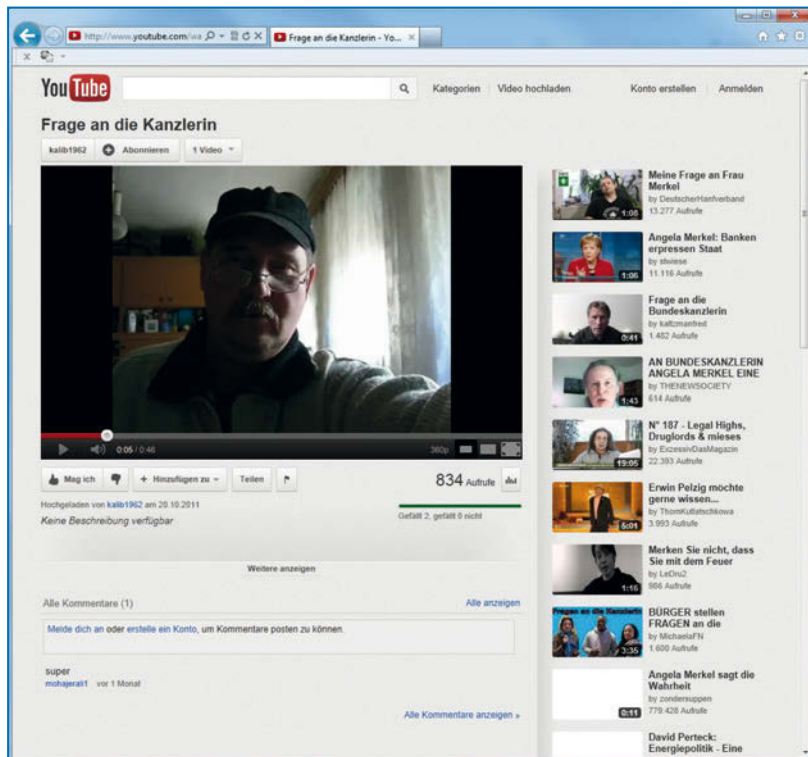
Aus dem Leben gegriffen: „Fragen an die Kanzlerin“ – eine interaktive Aktion der Bundesregierung

„Fragen an die Kanzlerin“ war eine interaktive Aktion der Bundesregierung auf YouTube. Bürger hatten die Möglichkeit, der Kanzlerin zu Themen, die sie bewegen, Fragen zu stellen. Einige Bürger haben Videos hochgeladen, unter anderem der User „kalib1962“.

Überraschend an der Aktion ist, dass die wenigsten Fragen mit der Finanzkrise bzw. der wirtschaftlichen Situation Deutschlands im Zusammenhang stehen.

Der User „kalib1962“ ist ein Beispiel dafür, dass sich die Finanzkrise auf sehr persönliche Probleme runterbrechen lässt und letztlich in einer subjektiv wahrgenommenen sozialen Ungerechtigkeit mündet. Das Problem an sich ist zurückzuführen auf seine soziale Lage. Wir erfahren von „kalib1962“, dass er offensichtlich finanzielle und fast existenzielle Probleme hat, denn ohne Heizkostenzuschuss kann er sich eine warme Wohnung nahezu nicht leisten. Die Eurokrise spielt hier, wenn überhaupt, eine untergeordnete Rolle und lässt sich in einer für ihn sehr stark ausgeprägten Ungerechtigkeit zusammenfassen: Beamte, die es eventuell noch nicht mal brauchen, bekommen Weihnachtsgeld, während er sich andererseits seine Heizkosten nicht leisten kann. Diese sehr persönliche Betroffenheit sollte sich in der Kommunikation (in diesem Fall in den

Antworten der Kanzlerin) wiederfinden und in diesem Fall die wahrgenommene Ungerechtigkeit aufgreifen und eben auf einem persönlichen Level beantwortet werden.



„Fragen an die Kanzlerin“

User: kalib1962

Frage:

„2010 wurde mit dem Sparprogramm der Heizkostenzuschuss für Wohngeldempfänger gestrichen und nun werden Diäten und Weihnachtsgelder für über 300 000 Beamte erhöht, warum wird dann der Zuschuss nicht wieder eingeführt bei den steigenden Energiepreisen?“

(Bildquelle: Screenshot Youtube – <http://www.youtube.com/watch?v=YQguNhjKl7s> [09.01.2011])



© T. Lannuzel

Konsum-Hedonisten

Soziodemografie, Lebenswelt, Alltagsleben und soziales Umfeld

Abbildung 101: Konsum-Hedonisten – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis

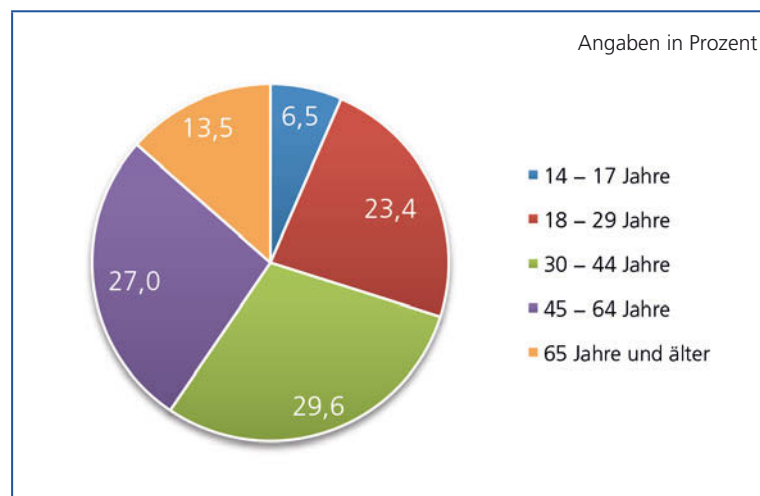
Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren	8 % – 5,63 Mio.
Geschlechterverhältnis	52,3 % Männer, 47,7 % Frauen

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Die jungen bzw. jüngeren Altersgruppen sind unter den Konsum-Hedonisten zum Teil stark überrepräsentiert. Sie sind zwar im Schnitt nicht so jung wie die Expeditiven und die Adaptiv-Pragmatischen, allerdings sind sie um einiges jünger als das Prekäre Milieu. Weit über die Hälfte (59,5 Prozent) der Konsum-Hedonisten ist jünger als 45 Jahre.⁹³

⁹³ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 102: Konsum-Hedonisten – Altersstruktur



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Die Altersgruppen über 45 Jahre sind in diesem Milieu unterrepräsentiert. Migranten sind in diesem Milieu mit 18 Prozent leicht überdurchschnittlich repräsentiert.⁹⁴

Mit Blick auf den höchsten Schulabschluss halten sich Hauptschulabschlüsse und Real-schulabschlüsse in etwa die Waage: 32,9 Prozent der Konsum-Hedonisten haben die Schule mit der Hauptschule, 32,1 Prozent mit der Realschule abgeschlossen. Hauptschulabschlüsse sind damit in diesem Milieu leicht unterrepräsentiert. Über die (Fach-) Hochschulreife verfügen 25,8 Prozent. Das Milieu verfügt damit über ein höheres Bildungsniveau als die Prekären, fällt allerdings hinter dem der Leitmilieus zum Teil stark zurück. So haben beispielsweise 11,3 Prozent der befragten Konsum-Hedonisten zusätzlich ein Studium absolviert (im Durchschnitt sind es 14 Prozent), bei den Performern beläuft sich der Anteil gar auf 30,1 Prozent.

Dabei gilt allerdings zu bedenken, dass der Anteil derjenigen, die sich noch in Ausbildung befinden, im Vergleich sehr hoch ist: 15,4 Prozent der Konsum-Hedonisten befinden sich noch in der Ausbildung (als Lehrling, Schüler oder Student).⁹⁵ Entsprechend hoch fällt auch der Anteil derjenigen aus, die angeben, noch nie berufstätig gewesen zu sein (17,8 Prozent); die Arbeitslosenquote liegt mit 7,7 Prozent 2,7 Prozentpunkte

⁹⁴ Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

⁹⁵ Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

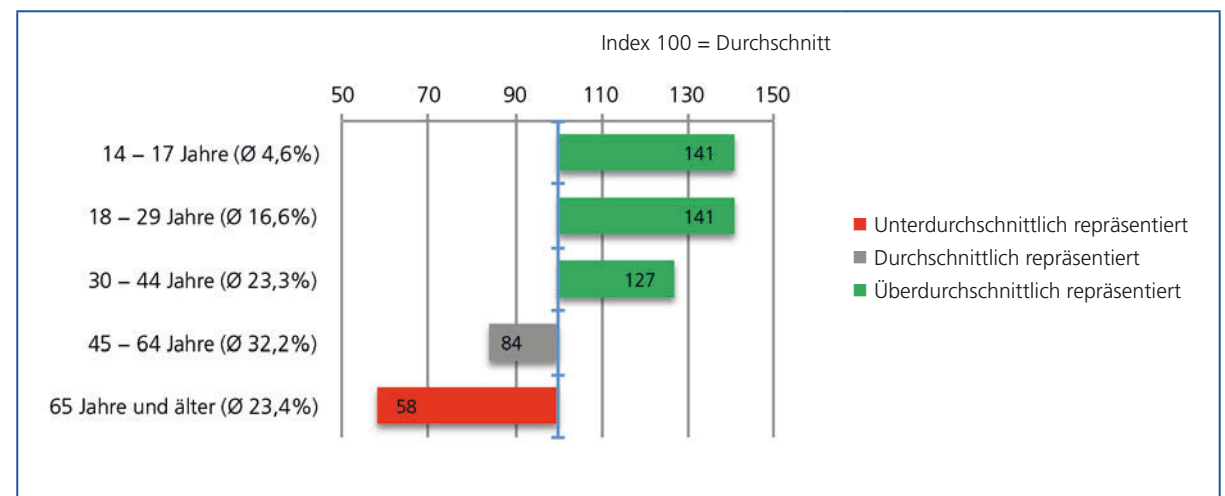
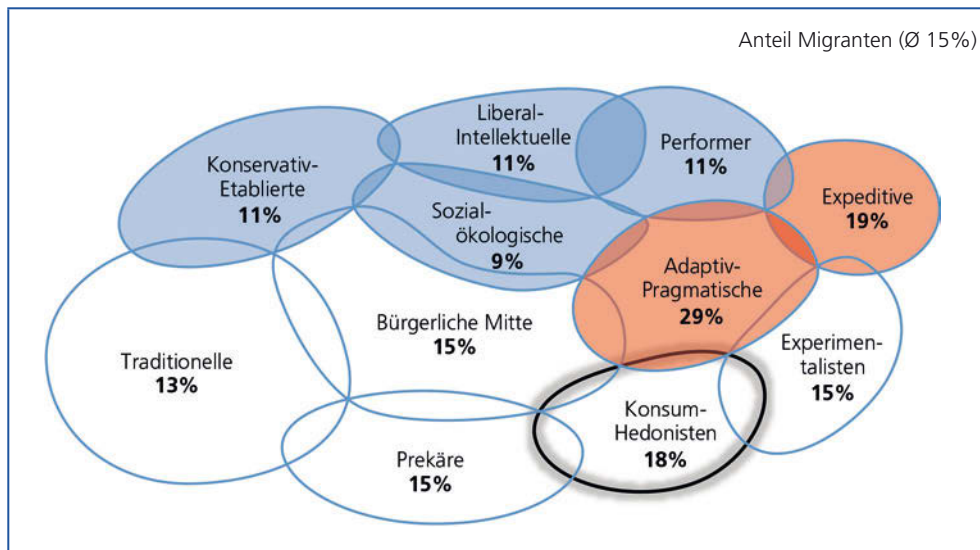


Abbildung 103: Konsum-Hedonisten – Anteil Migranten



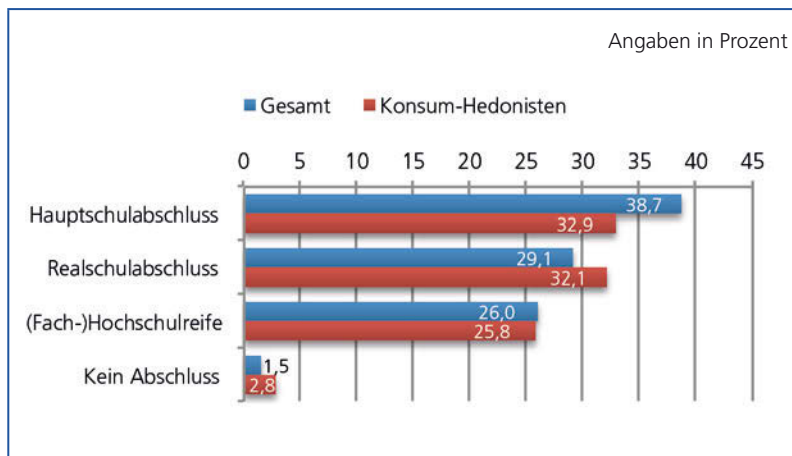
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

über dem Durchschnitt (5 Prozent). Der Großteil der Konsum-Hedonisten ist allerdings berufstätig und 62,6 Prozent gehen einer Beschäftigung nach. Dabei sind sie oft als (einfache, selten leitende) Angestellte und Beamte beschäftigt.

Gemessen am monatlichen Haushaltsnettoeinkommen der Konsum-Hedonisten scheint das Milieu besser aufgestellt als das Milieu der Prekären: Auffällig ist, dass hier die niedrigen Einkommensklassen zum Teil leicht unterrepräsentiert und gerade die hohen Einkommensklassen leicht überrepräsentiert sind. Im Vergleich zu den Gesellschaftlichen Leitmilieus fallen die Konsum-Hedonisten jedoch zurück. Überraschend ist jedoch ein Blick auf das eigene Einkommen: Überdurchschnittlich oft verfügen Konsum-Hedonisten **nicht** über ein eigenes Einkommen (12,7 Prozent). Gerade im Vergleich zu den Prekären erscheint dieser Anteil recht hoch, denn hier geben 6,3 Prozent an, kein eigenes Einkommen zu haben. Das unterscheidet sie zum anderen stark von den Performern, die ihnen in der Altersstruktur recht ähnlich sind, aber mit Blick auf das Einkommen (das persönliche wie auch das Haushaltsnettoeinkommen) schon durch ihre Bildung und damit einhergehende berufliche Positionen besser aufgestellt sind.

Das vermeintlich hohe Haushaltsnettoeinkommen lässt sich wohl unter anderem durch die bevorzugte Wohnform der Konsum-Hedonisten erklären: Ein großer Teil der Konsum-Hedonisten lebt in Mehrpersonenhaushalten ohne Kinder unter 18 Jahren (41,8 Prozent), sodass sich durch die Zusammensetzung des Haushalts das Haushaltsnetto-

Abbildung 104: Konsum-Hedonisten – Schulabschluss



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

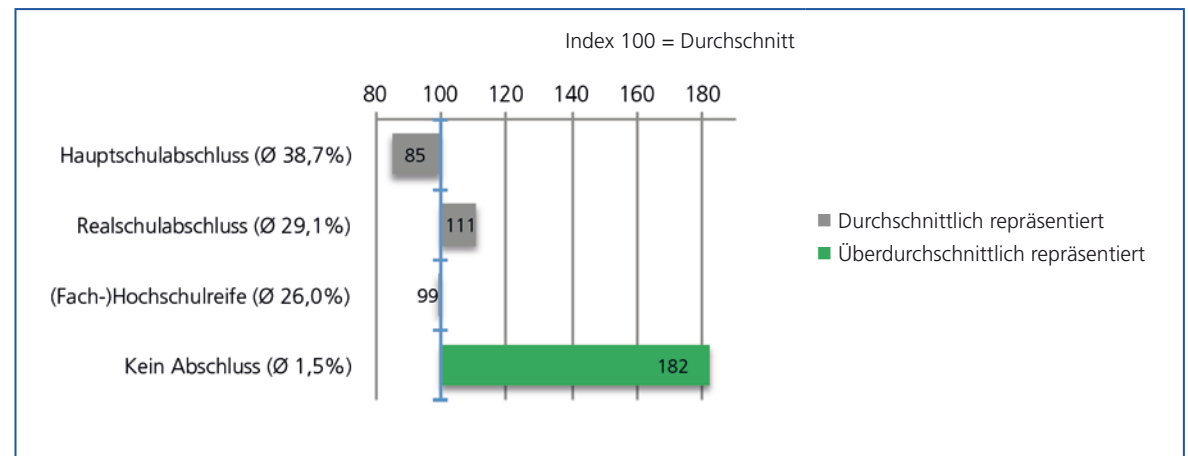
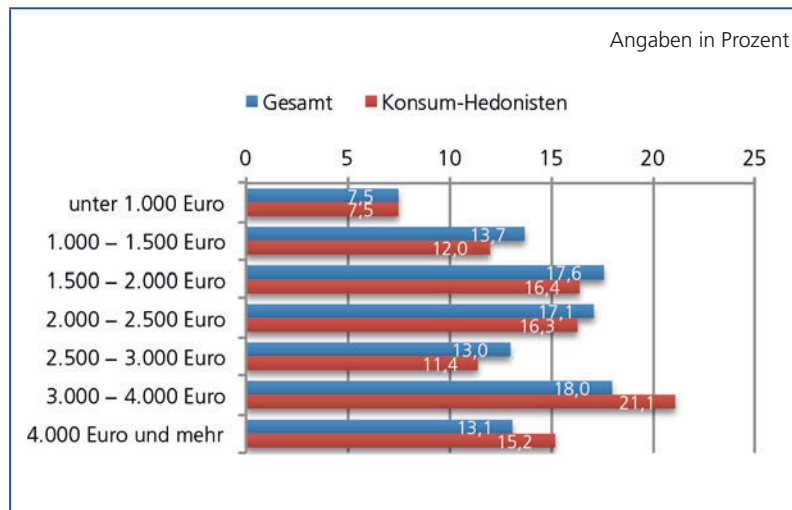
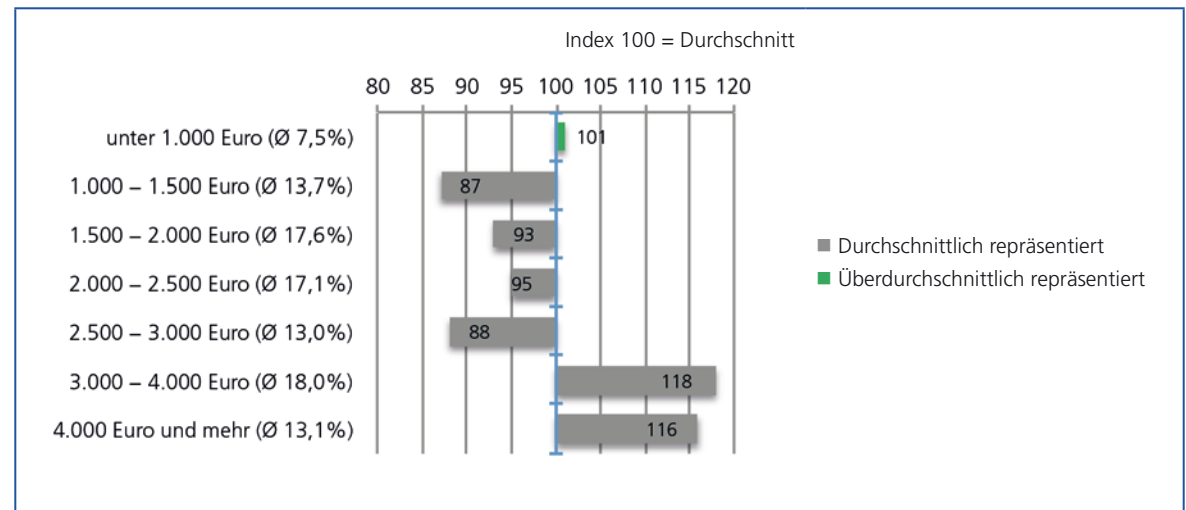
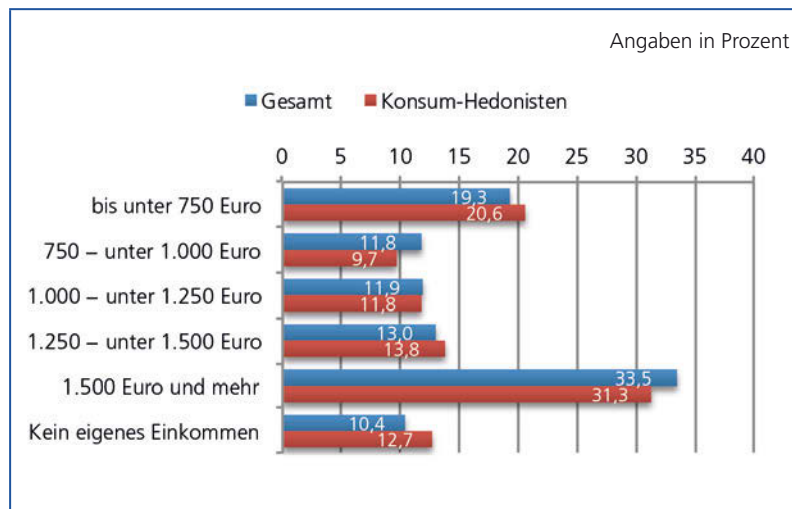


Abbildung 105: Konsum-Hedonisten – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle


Abbildung 106: Konsum-Hedonisten – Eigenes Einkommen


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

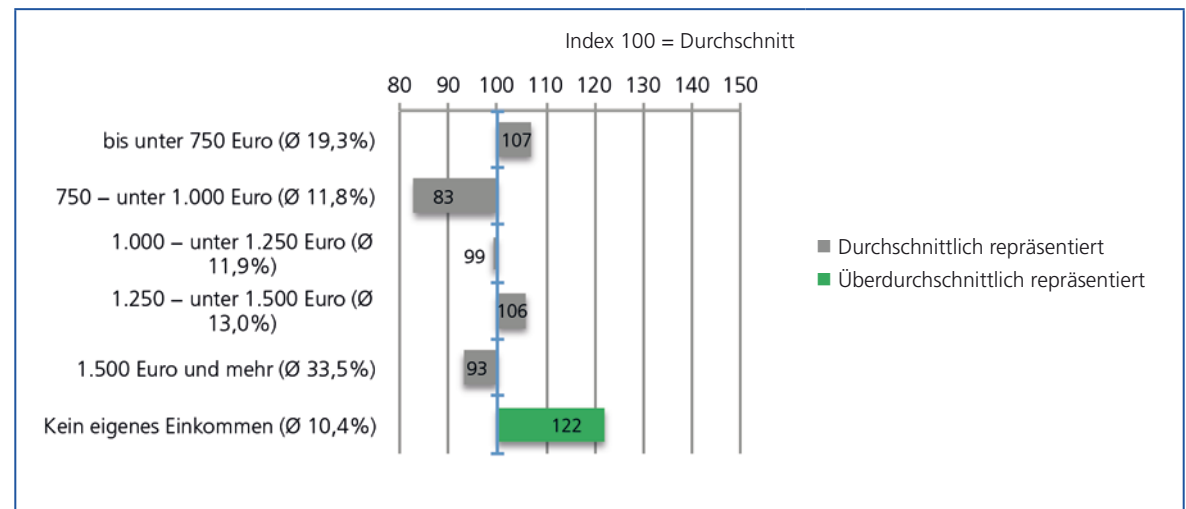
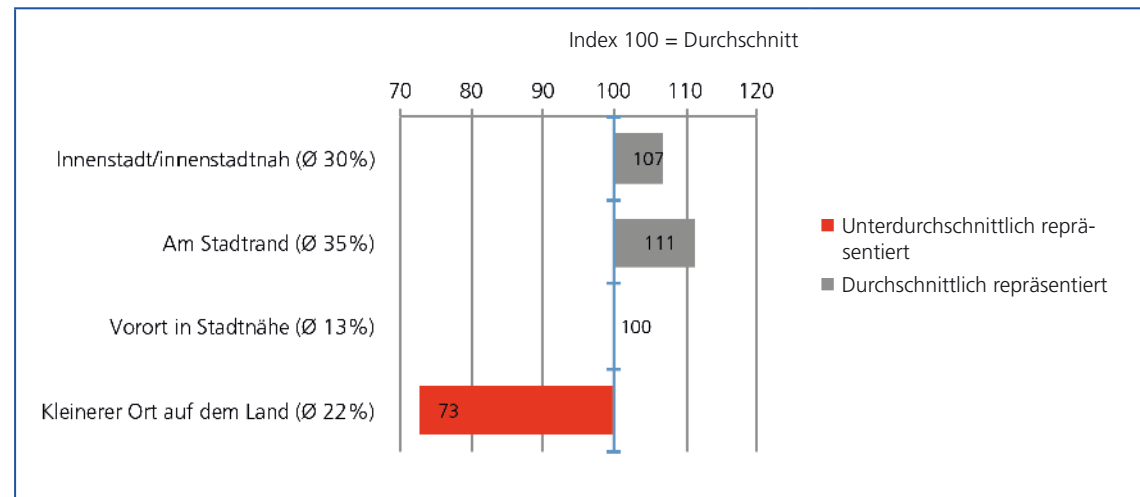
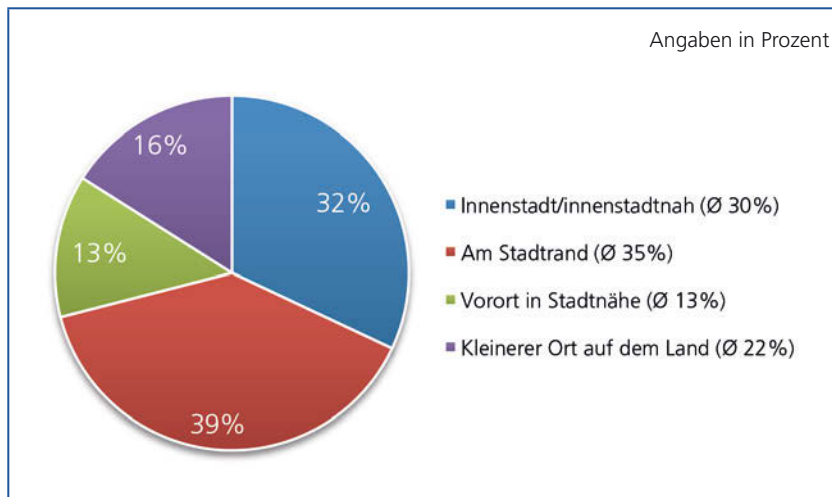


Abbildung 107: Konsum-Hedonisten – Derzeitiger Wohnort

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

einkommen erklären ließe. Überrepräsentiert sind zudem Haushalte mit Kindern unter 18 Jahren (37 Prozent). Insgesamt geben 56,6 Prozent der Konsum-Hedonisten an, eigene Kinder zu haben; damit liegen sie weit hinter den Prekären (70,2 Prozent) und rund 8,5 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt.

Die meisten Konsum-Hedonisten scheinen bevorzugt in der Innenstadt bzw. innenstadtnah oder am Stadtrand zu wohnen. Deutlich unterrepräsentiert sind allerdings kleinere Orte auf dem Land.

Die Daten lassen auf einige Widersprüche bei den Konsum-Hedonisten schließen: Trotz ihres im Vergleich zu den jungen Milieus eher höheren Alters ähneln sie eben diesen jungen Milieus in ihrer Einkommensstruktur. Grund dafür mag der vergleichsweise hohe Anteil an Schülern, Studenten bzw. Auszubildenden sein. Sie haben mit denen, die ihnen mit Blick auf das Alter näher liegen, den Performern, allerdings nur wenig gemein – Karriere und Beruf nimmt in ihrem Leben nicht annähernd den Stellenwert ein, wie es bei den Leitmilieus der Fall ist.

Deutlich wird das mit Blick auf ihre Aufstiegsorientierung: Das Zustimmungsniveau fällt hier zum Teil deutlich geringer aus als bei den Expeditiven und den Leitmilieus – Karriere

und Beruf spielen bei den Konsum-Hedonisten eher eine untergeordnete Rolle. Allerdings fallen sie nicht so weit ab wie die Prekären, die in Sachen Karriere, Weiterbildung und Beruf augenscheinlich resigniert haben.

Zu vermuten ist, dass den Konsum-Hedonisten der Beruf und eine bodenständige Ausbildung eher Mittel zum Zweck als Selbstverwirklichung und -bestätigung ist. Jedoch nicht in dem Sinne, wie es den Adaptiv-Pragmatischen ein Mittel zur Absicherung der eigenen kleinen Familie ist, sondern eher um (eventuell ausschweifende und kostenintensive) Freizeitaktivitäten und Hobbys zu ermöglichen. Auch hier steht, wie bei den Experimentalisten, zunächst der Spaß im Vordergrund. Das Leben findet auch außerhalb des Büros statt; Selbstbestätigung holt man sich im „richtigen Leben“. Das heißt nicht zwingend, dass sie ihren Job nicht gerne machen, sie sind aber in der Hinsicht im Vergleich zu den Expeditiven und Performern relativ genügsam, was die Ansprüche an den Job angeht. Das Leben an sich steht im Vordergrund, unterbrochen vom ab und an „störenden“ Arbeitsleben.

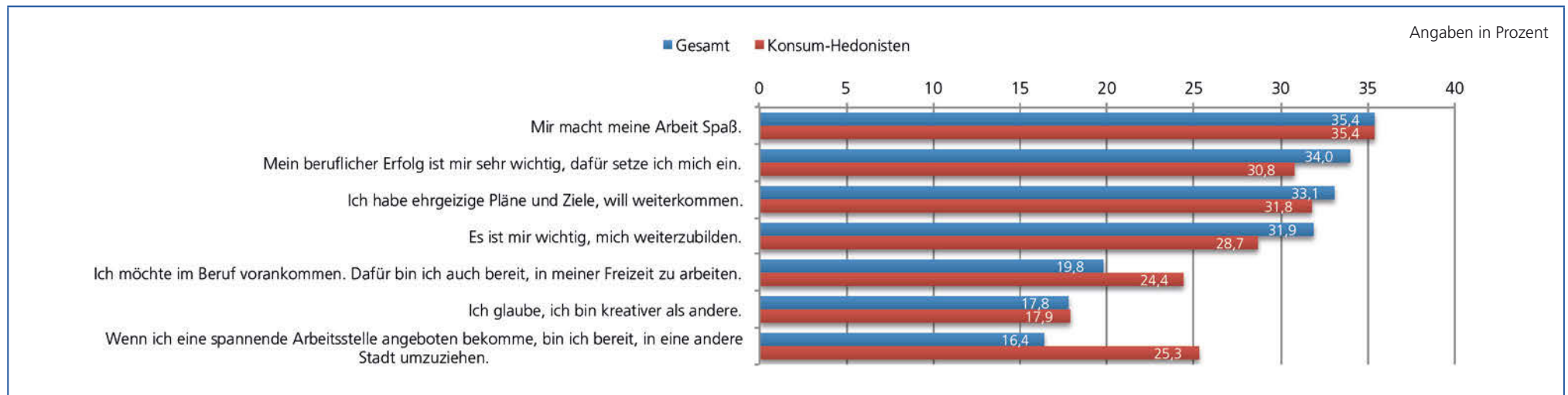
Auch wenn Karriere und Beruf wenig Bedeutung im Alltag haben, so ist Geld doch ein dominierendes Motiv in ihrem Alltag: Sie wollen viel Geld, um zu zeigen, dass sie wer sind, dass sie sich etwas leisten können und machen können, was sie wollen. Es auch



Das auf Fun & Entertainment gepolte Segment mit wachsenden sozialen Ängsten: wenig Planung und Kontrolle, Bildungs- und Leistungsfatalismus, Identifikation mit dem jeweils aktuellen Lifestyle.

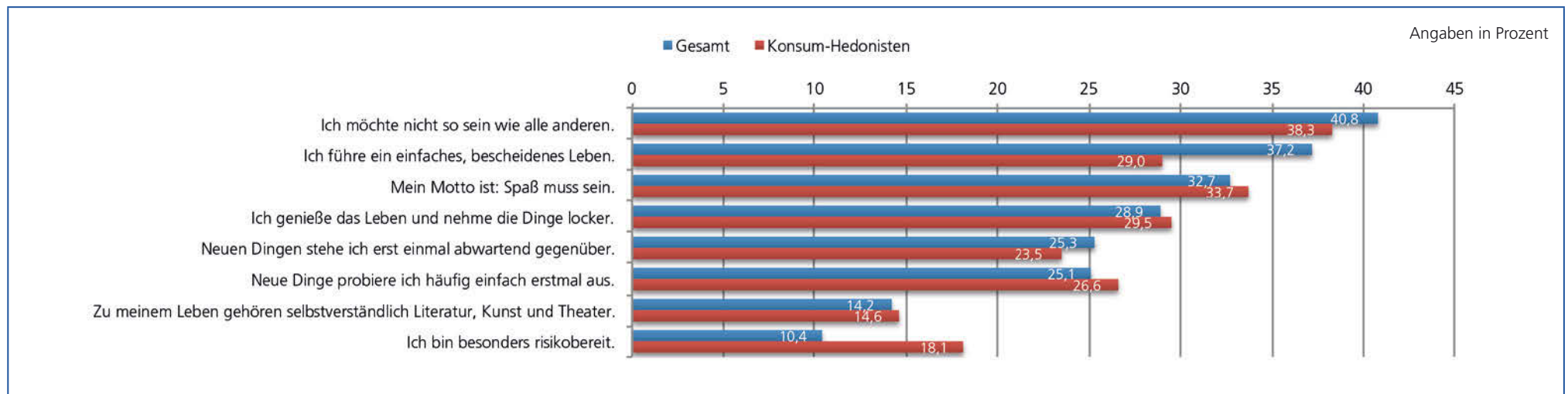
(Quelle: Sinus-Institut Heidelberg, 2011)

Abbildung 108: Konsum-Hedonisten – Aufstiegsorientierung



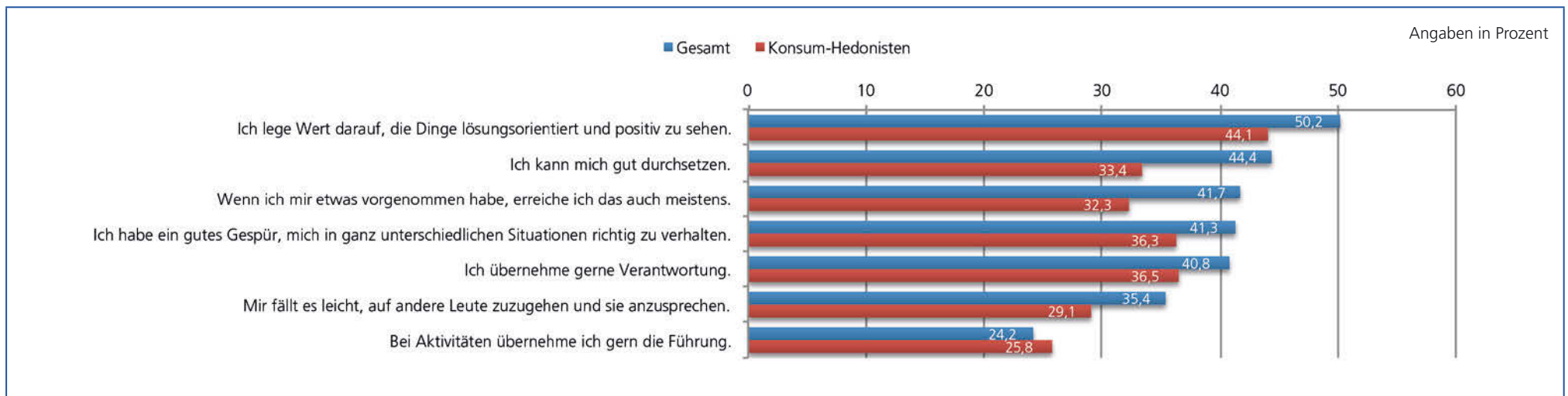
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 109: Konsum-Hedonisten – Einstellungen zum Leben



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 110: Konsum-Hedonisten – Soziale Gewandtheit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

verdienen, ist eine andere Frage; damit im Zusammenhang stehen Verantwortung und auch Sorgen. Beides möchten Konsum-Hedonisten nur ungerne übernehmen, denn das ist zu anstrengend und auf Dauer eventuell auch „nervig“. Folglich ist es schwierig, Zufriedenheit mit dem zu entwickeln, was man hat. Tendenziell ist das immer zu wenig, solange man das Geld nicht mit vollen Händen ausgeben kann. Die Realität sieht anders aus: Das, was sie sich wünschen, ein Leben in Luxus und Komfort, können sie sich nicht annähernd leisten. Stattdessen erfahren sie im Alltag immer wieder Einschränkungen, denn die Zeiten sind auch für Konsum-Hedonisten härter geworden, die Chancen auf einen schnellen Job geringer, der Wettbewerbsdruck größer.

Überhaupt sind die krisenhaften Entwicklungen der letzten Jahre frustrierend für einige Konsum-Hedonisten. Das führt mitunter zu einem Gefühl der Überforderung und Entfremdung. Daraus wiederum resultiert nicht selten eine wachsende Bereitschaft zu Protest, aber auch Gewalt, die sich außerhalb der als normal angesehenen Kanäle von Partizipation ihren Weg suchen kann. Hier unterscheiden sie sich doch deutlich von den Experimentalisten, denn Konsum-Hedonisten sind in ihrer Fokussierung auf Spaß nicht annähernd so kritisch wie diese. An der Stelle, wo die Kritisch-Kreativen (Experimentalisten wie auch Expeditiv) hinterfragen und reflektieren, nehmen die Konsum-Hedo-

nisten eher hin. Das soll nicht heißen, dass sie keine Meinung zu Dingen haben, ihnen liegt jedoch nicht so viel daran, diese vor sich her zu tragen wie die Liberal-Intellektuellen oder gar zu moralisieren wie die Sozialökologischen. Und wenn doch, dann tun sie das eher, um zu provozieren, sich abzugrenzen und auf Distanz zu gehen zu einer angepassten „spießbürgerlichen“ Lebensführung. Sie orientieren sich stark an ihren Peergroups (primäre soziale Bezugsgruppen neben den Eltern); sie nehmen in ihrem Alltagsleben einen hohen Stellenwert ein. Hier finden sie Bestätigung, spüren nicht den immer größer werdenden Druck nach Anpassung.

Dennoch lassen sich Konsum-Hedonisten durch eine gewisse Unbekümmertheit charakterisieren. Sie planen ihr Leben nur ungerne; daher wird es nicht selten gar nicht geplant und sie lassen die Dinge lieber auf sich zukommen. Um die Zukunft machen sie sich dementsprechend kaum Gedanken. Gut erkennbar ist das auch an ihrem Konsumstil, denn oft leben sie über ihre Verhältnisse, besonders wenn es um Unterhaltungselektronik, Kleidung, Sport, Ausgehen (also kurz: Freizeit) geht. Sie sind immer auf der Suche nach Spaß und Unterhaltung. Ausbrechen aus den Zwängen des Alltags ist das dominante Motiv in ihrer Alltagswelt.

Durch die wachsenden sozialen Ängste träumen sie auf der anderen Seite von einem heilen, geordneten Leben mit intakter Familie, einem geregelten Einkommen. Allerdings erzeugt Elternschaft oft Konflikte zwischen ihrer Grundorientierung und den Anforderungen an das Familienleben. Mit Kindern sind ihrem ausschweifenden Lebensstil plötzlich Grenzen gesetzt. Anders als die Adaptiv-Pragmatischen, die mit der Gründung der eigenen kleinen Familie voll in dieser aufgehen, nehmen Konsum-Hedonisten den Beginn dieser Lebensphase eher als massive Einschränkung ihrer Bedürfnisse wahr. Sie fühlen sich eher zerrissen zwischen ihren eigenen Bedürfnissen und denen ihrer Kinder. Sie wollen einerseits das Beste für ihre Kinder, andererseits sind sie nicht bereit, sich in dem Maße einzuschränken, wie es mit Kindern von ihnen erwartet wird.

Der Kontakt zu Freunden ist Konsum-Hedonisten sehr wichtig; sie leiden oft, wenn sie alleine sind, denn andere Leute lenken ab, vertreiben unangenehme Gedanken. Das soziale Umfeld spielt hingegen nur eine geringe Rolle – Kontakt zu Nachbarn brauchen sie nicht und streben ihn auch nicht an. Wo anderen Milieus (Traditionelle, Bürgerliche Mitte) Anonymität ein Gräuel ist, fühlen Konsum-Hedonisten sich wohl. Da, wo andere Milieus (Adaptiv-Pragmatische, Performer) aufgrund von devianten (abweichenden) Tendenzen das Wohnumfeld verlassen und umziehen, blühen Konsum-Hedonisten auf. In den sogenannten „weniger guten Gegenden“ fühlen sie sich wohl, denn je weniger Nachbarn ihnen Vorschriften machen, desto besser.

Aus dem Leben gegriffen: AVUS-Treff an der Spinner-Brücke in Berlin – Deutschlands wohl bekanntester Motorradtreff

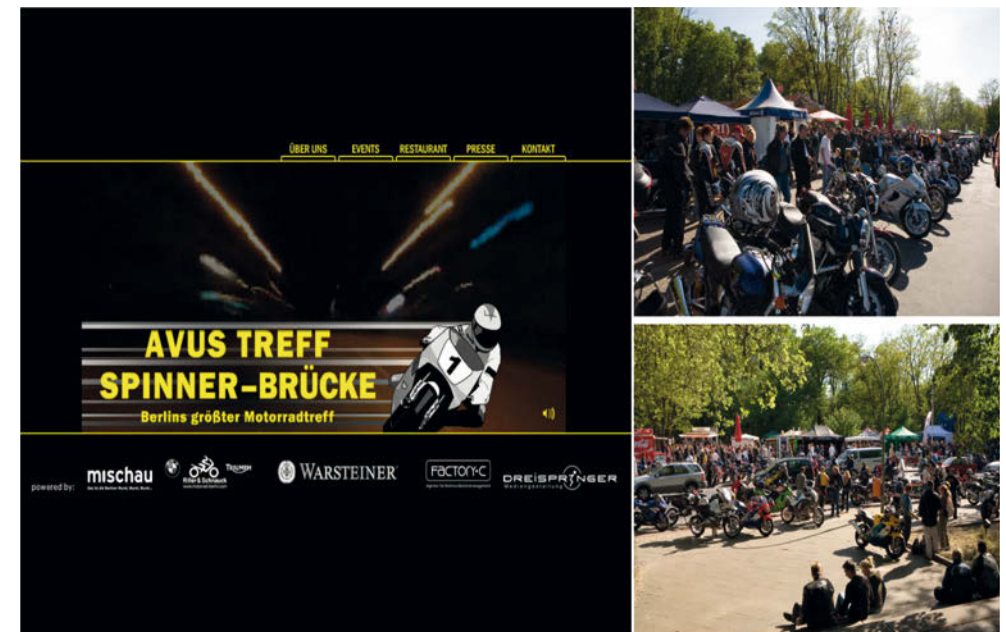
Laut eigener Aussage auf der Website ist der AVUS-Treff Spinner-Brücke im Südwesten Berlins Deutschlands bekanntester Motorradtreff. Hier treffen sich Motorradfahrer aus Berlin und Brandenburg, aber auch Menschen ohne Motorrad kommen gerne hierher, um „einen der schönsten Biergärten der Stadt“ zu genießen.⁹⁶ Nun liegt Schönheit bekanntlich im Auge des Betrachters und es ist fraglich, ob alle einen Biergarten voller Motorräder und dazugehöriger Fans schön finden. Für Konsum-Hedonisten allerdings kann diese Atmosphäre durchaus ansprechend sein. Da ist zum einen das Motorrad als Hobby: Motorradfahren ist fester Bestandteil (auch und vor allem erwachsener) Subkulturen, steht für Freiheit und Grenzenlosigkeit; gleichzeitig ist es auch nicht ungefährlich, birgt einen gewissen Nervenkitzel und fordert Risikobereitschaft.

Zum anderen ist da der Zusammenhalt einer Gemeinschaft: Im AVUS-Treff ist man unter sich, hier versteht man sich, alle haben zumindest ein gemeinsames Interesse, das

⁹⁶ <http://www.spinner-bruecke.de/ueberuns.htm> [13.03.2012]

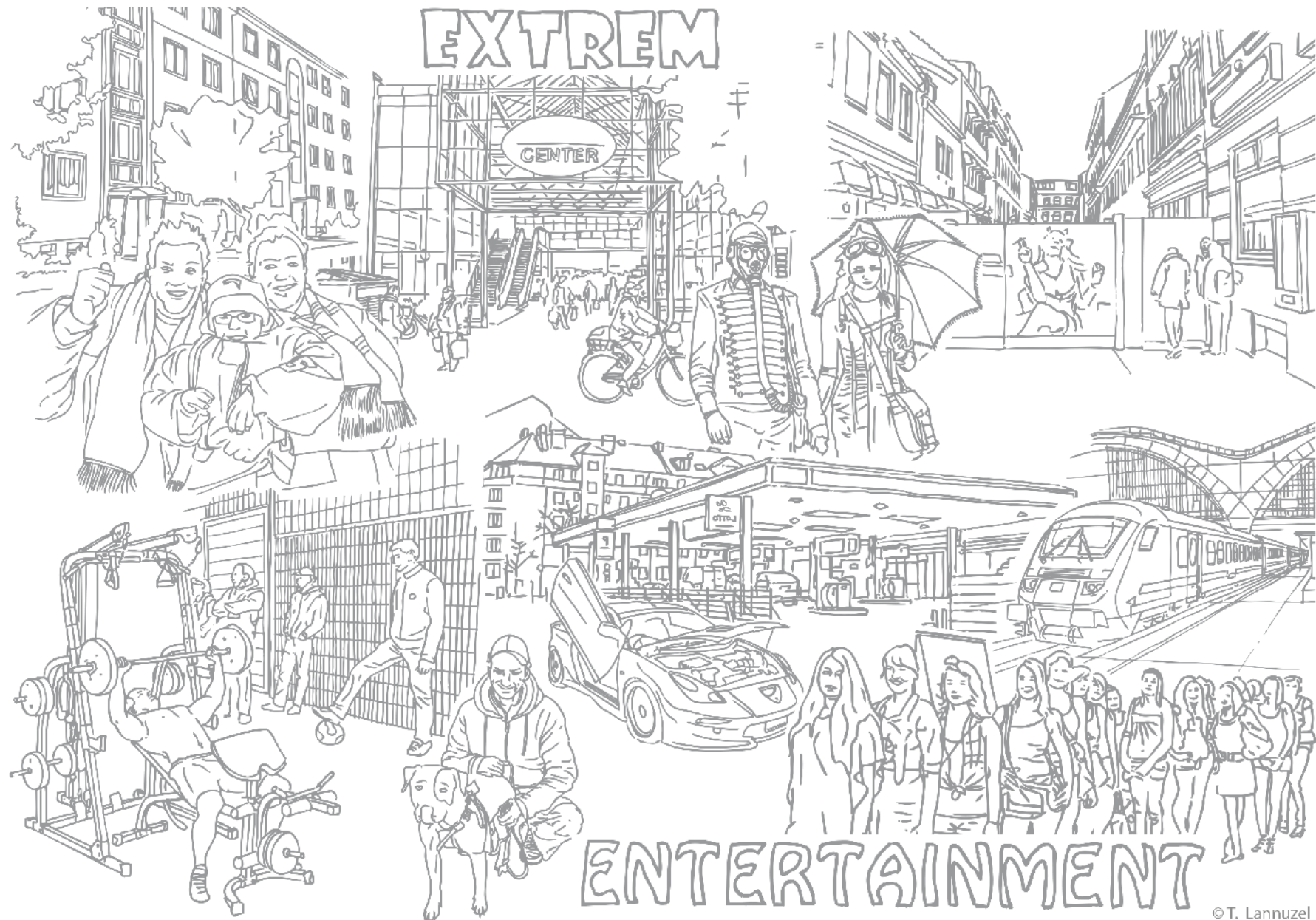
Motorradfahren. Hier kann man aber auch imponieren, mit der Größe der Maschine, besonders riskantem Fahrverhalten. Hier muss man keinen beruflichen Erfolg vorweisen, um was zu sein; hier steht das Leben an sich, also so, wie es dieses Milieu definiert, im Mittelpunkt. Es geht um Spaß, Fun und Action; es geht darum, aus dem Alltag auszubrechen, nach eigenen Regeln zu leben.

Nicht jedes Milieu wird die Vorliebe für dieses Hobby nachvollziehen können. Unverständnis mag einerseits entstehen, weil ein Motorrad als Freizeitvergnügen recht kostspielig ist. Andererseits haben Motorradfahrer nicht unbedingt ein positives Image. Während die Konsum-Hedonisten besonders das mit dem Motorradfahren verbundene Risiko reizt, mag es für andere Milieus abschreckend wirken. Auch die Motorradfreunde an sich mögen dann abschreckend wirken (gerade bestimmte Motorradgangs haben wohl dazu beigetragen). Ein weiterer Aspekt, der den Konsum-Hedonisten gefallen mag, die sich ungern an Verhaltensregeln und gesellschaftliche Erwartungen halten und sich lieber in der Rolle des „Underdog“ sehen und damit vielleicht sogar inszenieren.



Website des Avus Treff Spinner-Brücke
Bildquelle: Screenshot <http://www.spinner-bruecke.de/index.htm>
[13.03.2012]

Bildquellen: <http://www.spinner-bruecke.de/presse.htm>
[13.03.2012]



4 Exkurs: Die Milieus der Stadtgesellschaft im Dialog

Kennen Sie das Integrierte Stadtentwicklungskonzept Ihrer Stadt? Wussten Sie von dessen Entwicklung oder hatten Sie die Chance, sich an dessen Entstehung zu beteiligen? Tatsächlich erscheint die stadtentwicklungspolitische Realität zumeist intransparent, informell und sozial selektiver als die Teilnahme an Bundestagswahlen. Und die ist bereits in bemerkenswerter Art und Weise ausgrenzend. Wir wollen das ändern, weil wir die Zukunft der Stadt nachhaltig gestalten möchten und weil wir davon überzeugt sind, dass die Legitimität stadtentwicklungspolitischen Handelns gerade auch von Ihrer Akzeptanz abhängig ist. Das vorliegende Kommunikationshandbuch zeigt: Allen Unkenrufen zum Trotz lassen sich in allen sozialen Milieus Zugänge zur Beteiligung an der Gestaltung von Städten und Quartieren finden, auch im sogenannten „Prekariat“. Diese lebensweltlichen Ansätze zur Beteiligung sollen Eingang in die konkreten Dialogstrategien vor Ort finden können, mit dem Ziel einer deutlich verbesserten Einbeziehung und Teilhabe der stadtgesellschaftlichen Vielfalt. Dieses Anliegen ist Ziel und Ankerpunkt des vom vhw betriebenen „Städtenetzwerks zur Stärkung der lokalen Demokratie durch integrierte bürgerorientierte Stadtentwicklung“. Dieser Beitrag gibt einen Einblick in den Ansatz zur Entwicklung solcher lokalen Beteiligungsstrategien.

Stadt und Quartier als Ansatzpunkte lebensweltlicher Beteiligungsstrategien

Wenn es darum geht, Teilhabechancen an stadtentwicklungspolitischen Beteiligungsprozessen zu verbessern, sind Stadt und Quartier die möglichen räumlichen Bezugsebenen. Sie bieten die konkrete Chance, ein gemeinsames Verständnis dafür zu entwickeln, was die Herausforderungen und Perspektiven einer lokalen Teilhabelandschaft sein können oder sein sollen und was genau zentrale Elemente einer gemeinsamen Gestaltung eines solchen Vorhabens sein können. Der lebensweltliche Ansatz des vorliegenden Kommunikationshandbuchs stößt hier, in Stadt und Quartier, allerdings schon auf seinen ersten erkenntnistheoretischen Bruch: **Milieus sind strategische Planungskategorien – vor Ort gibt es sie in dieser Form nicht.**

In Beteiligungsstrategien können soziale Milieus nicht als handelnde Akteure auftreten. Was wir tatsächlich vorfinden, sind real existierende Stakeholder, die sich mitsamt ihrer Interessen bei der Stadt- bzw. Quartiersentwicklung sehr genau benennen lassen: Einrichtungen, Verwaltung, Politik, Vereine, Netzwerke oder „reale Gruppen“ wie Alleinerziehende, Senioren, Schüler, Studenten, Menschen mit Migrationshintergrund oder junge Familien. In der Organisationslogik dieser Gruppen finden sich zwei Elemente, mit denen die sozialen Milieus nicht dienen können: Sie verfügen über Handlungsmacht, indem sich die Zugehörigen dieser Gruppen hinter einem Label vereinigen können. Und sie verfügen über ihre ganz eigene Legitimation, so wie sie sich als Interessengruppe konstituieren.

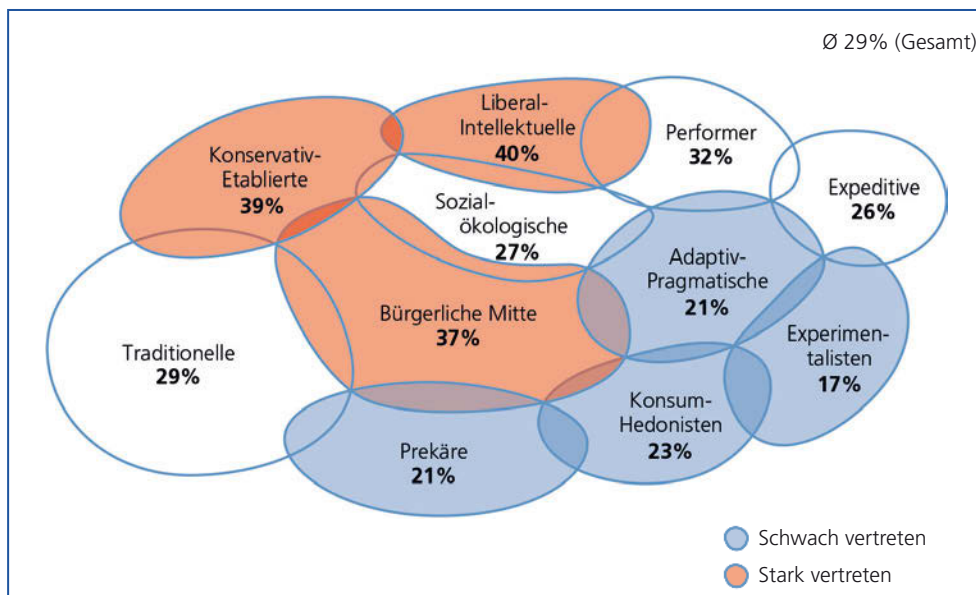
Milieus sind im Vergleich zu den sicht- und bestimmbareren Interessengruppen in Städten und Quartieren zwar schwerer auszumachende, allerdings deutlich verlässlichere und stabilere Konstrukte. Der vhw e.V. kennt die Milieus und ihre Lebenswelten aus einer ganzen Reihe vorliegender Studien und verfügt über das Know-how zu deren grundlegenden Werten, Bedürfnissen und Einstellungsmustern zu entscheidenden Fragen der Stadt- und Quartiersentwicklung.

Lebensweltlich fundierte Beteiligungs- und Dialogstrategien auf Stadt- oder Quartiersebene müssen die Leistung erbringen, Milieus und lokale Interessengruppen in einen semantischen Zusammenhang zu setzen. Was wir vorfinden, sind nicht nur soziale Gruppen mit ihren ganz eigenen Labels. Vor dem Hintergrund der Lebenswelten einer Stadt oder eines Quartiers haben die betreffenden Akteursgruppen ihre ganz eigenen Milieuschwerpunkte. **Was wir vor Ort finden, sind benennbare Interessengruppen mit ganz spezifischen Milieuschwerpunkten:** experimentalistische Alleinerziehende, liberal-intellektuelle Stadtverwaltungen, konservativ-etablierte Senioren in der Siedlung am Stadtrand, adaptiv-bürgerliche Familien mit Migrationshintergrund in den städtischen Zentren oder hedonistisch-subkulturelle Schüler im benachteiligten Stadtteil.

Das Quartier ist ein Kommunikationsraum, der sich nicht über Milieus definiert, der sich aber mit Milieus besser beschreiben lässt als mit arbiträren (beliebigen) Kommunikationsmodellen. Das Wissen über die Zusammensetzung der jeweiligen Milieus hat für den konkreten Dialogprozess in einem Quartier keinen wirklichen Mehrwert. Im Worst Case wirken diese Kategorien stigmatisierend, wenn etwa einem ohnehin bereits prekären Stadtteil öffentlich attestiert wird, dass er von bildungsfernen Milieus dominiert wird. Das motiviert vor Ort nicht wirklich. Oder die Kategorien führen zu einer me-

thodischen Grundsatzdebatte, die in der Sache keinen Deut weiterführt – etwa wenn einem Quartier ein hoher Anteil kreativer Milieus bekundet wird und die Angehörigen ebendieser Milieus das Milieumodell an sich kritisieren oder sich weigern, als modernes „Feigenblatt“ eines von ihnen nicht gewollten Dialogprozesses instrumentalisiert zu werden. Wo sich Milieus als Kategorie in Planungsprozessen noch effektiv nutzen lassen, können sie in Dialogprozessen selbst als solche nicht mehr effektiv dienen. **Wir benötigen keine Milieudialoge, sondern milieubasierte Dialogstrategien.** Es gilt, Dialogkonzepte so zu gestalten, dass sie die Interessen und Kommunikationsbedarfe der lokalen Milieus treffen, ohne diese explizit als Planungskategorien zu benennen. Wir kommunizieren einfach lieber mit Eltern, denen wir ein Angebot machen möchten, um sie bei dem Bildungserfolg ihrer Kinder zu unterstützen, als mit Konsum-Hedonisten, die auf sich allein gestellt damit überfordert sind, ihren Kindern bei der Bewältigung der Leistungsanforderungen des Bildungssystems effektiv zu helfen.

Abbildung 111: Beteiligungsquoten bei der Bürgerbeteiligung in den Milieus



Quelle: vhw, 2013

Kommunikation als Machtfeld

Machen wir uns nichts vor. Kommunikation ist ein Machtfeld. Bestimmte Milieus sind dem Feld der Entscheidungen, der Stadt- und Quartiersentwicklung, der politischen Kommunikation einfach näher als andere. Das ist eine Grundgewissheit der Partizipationsforschung. Ein einfacher Blick auf den Status quo lokaler Entscheidungsprozesse zeigt die nüchterne Realität (siehe Abbildung 111).

Besonders die gesellschaftlichen Leitmilieus wie auch Teile der Bürgerlichen Mitte partizipieren stärker als andere Milieus. Augenscheinlich fallen hier besonders die jungen und prekären Milieus auf. Ein weiterer Blick auf die Potenziale verdeutlicht erstaunlicherweise weiter, dass gerade in den modernen und prekären Milieus, in denen wir heute unterdurchschnittliche Beteiligungsquoten finden, großes Potenzial liegt. Diese modernen und prekären Milieus stimmen auch mehr als andere der Aussage zu, dass sie sich bei denen, die sich derzeit beteiligen, nicht willkommen fühlen.

Wie genau verhält es sich im Ergebnis eigentlich mit dem scheinbar ausgrenzenden Charakter von Partizipationsprozessen? In der politischen Soziologie gibt es eine klare Unterscheidung von Milieus oder auch Mentalitätsgruppen auf der einen Seite und den Cleavages, den politischen Lagern auf der anderen Seite. Diese Lager besitzen eine extreme Beharrungskraft – nicht zuletzt, weil sie Institutionen bilden (wie Parteien, Gewerkschaften, Vereine etc.), die an einem bestimmten Punkt ein vitales Eigenleben entwickeln, aus dem heraus sie sich täglich und langfristig rekonstruieren und perpetuieren. Die patriotische Gesellschaft von 1765 ist z.B. heute noch ein zentraler Baustein der Hamburger Bürgergesellschaft. Und auch die großen Volksparteien sind nicht erst nach dem zweiten Weltkrieg gegründet worden. Diese politischen Lager stehen für „vertikale Bündnisse“ bestimmter Milieus zueinander, in denen die privilegiierteren und die statusschwächeren Milieus wie in einem Verhältnis von „Klient“ und „Patron“ eine ähnliche politische Grundauffassung vertreten und artikulieren können.

Solche politischen Lager finden wir etwa zwischen den konservativen und den traditionellen Milieus, zwischen den liberal-intellektuellen Milieus und den Milieus der (neuen) Mitte und den Working Poor oder zwischen den modernen Performern und den statusschwächeren kreativen Milieus. **Es gibt lebensweltliche politische Bündnisse zwischen den Milieus und eine politische Arbeitsteilung der Milieus** zwischen denen, die sich in den geschriebenen und ungeschriebenen Regeln der Kommunikations- und Netzwerkarbeit auskennen, und denen, die auch gut damit leben können, dass andere ihre Interessen vertreten. Das Problem in den Quartieren vor Ort ist weniger

die „Dialogferne“ der statusschwächeren oder kreativen Milieus, sondern die zunehmend fehlende Vernetzung der lokalen Milieus untereinander. Wenn zu einer Bürgerversammlung nur Liberal-Intellektuelle erscheinen, bleibt zunächst offen, wie gut diese tatsächlich mit anderen Milieus vernetzt sind.

Wir brauchen lebendige lokale Netzwerke zwischen den lokalen Milieus. Diese Netzwerke benötigen Analyse, Konzeption, Infrastruktur und Pflege. Und sie stehen für eine doppelte partizipatorische Öffnung: Erstens müssen sie die alleinige Selbstselektion der privilegierten sozialen Gruppen durchbrechen. Zweitens müssen Sie auch denen Zugang zu Dialog und Partizipation eröffnen, die bislang nicht vernetzt sind und die sich bei denen nicht wohl fühlen, die sich derzeit engagieren. Das bedeutet, dass wir den Bruch mit einer zumeist lebensweltlich verengten Dialogkultur benötigen – sozusagen ein Ende des bildungsbürgerlichen Debattierklubs. Denn eines ist gewiss: So wie die Leitmilieus die zentrale Stütze des Großteils der gängigen Partizipationsformate sind – so sehr schrecken ebendiese Milieus in ihrer Art aufzutreten, in ihrer Art zu argumentieren, in ihrer dialogischen Perfektion auch all jene Milieus ab, auf die ebendies nicht zutrifft. **Die privilegierten „dialogaffinen“ Milieus sind Segen und Fluch zugleich...** Es geht um neue Kommunikationskonzepte, die ihren Milieufokus nicht explizit vor sich hertragen, sondern primär für ein Ende des Elitediskurses stehen.

Das „Besteck“ für einen deliberativ-konsultativen Dialog mit der Stadtgesellschaft

Schreiben wir schon „2068“? Ist es Zeit, über eine „partizipatorische Revolution“ zu sprechen? Oder gehören Ansätze für mehr Partizipation und Kooperation zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft heute überall schon zum guten Ton? Wir meinen, dass hier noch einiges zu bewegen ist.

Es kommt uns darauf an, die Herausforderungen der Stadtentwicklung so anzugehen, dass möglichst viele Akteure und Milieus einen Beitrag dazu leisten können, eine Stadt für alle zu gestalten, die keine „weißen Teilhabeflecken“ kalkuliert. Das bedeutet nicht nur eine quantitative, sondern auch eine qualitative Verbreiterung und Verbesserung der Beteiligung, um ein möglichst breites Panorama zu erreichen und zu dokumentieren – insbesondere mit Blick auf diejenigen, die nicht zu den „üblichen Verdächtigen“ von Beteiligungsprozessen zählen. „Laute und leise Stimmen“ sollen gleichermaßen zu Wort kommen können.

Es geht also um ein größeres und qualitativ besseres Maß an Inklusion. Es geht darum, mehr Dialog zu wagen. Zentrales Moment dieses Prozesses ist eine soziokulturelle Öff-

nung des stadtgesellschaftlichen Dialogs, der gleichzeitig ein robustes Maß an Augenhöhe zwischen den Dialogbeteiligten gewähren soll: zwischen Stadt, Wirtschaft und Bürgern.

Um dies zu ermöglichen, legt der vhw das Kommunikationshandbuch auf, das einen Einblick in die kommunikativen Zugänge der einzelnen Milieus zu einem solchen Dialogprozess bietet. Das Kommunikationshandbuch ist dabei weniger ein Kompendium, in dem sich bereits direkt übernehmbare Dialogformate wiederfinden. Es bietet allerdings einen Einblick in das lebensweltliche Panorama der Kommunikationsbedürfnisse der einzelnen Milieus.

Die Grundlagenforschung, Ausformulierung und Anwendung dieses allgemein anwendbaren Ansatzes wurde im Rahmen des vom vhw-Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung initiierten „Städtenetzwerks zur Stärkung der lokalen Demokratie durch bürgerorientierte integrierte Stadtentwicklung“ geleistet. In diesem Netzwerk haben sich inzwischen 17 Städte aus der ganzen Bundesrepublik zusammengeschlossen, um in gemeinsamer Arbeit lebensweltlich fundierte und daher innovative Dialog- und Kommunikationsprozesse im Handlungsfeld der Integrierten Stadtentwicklung zu erarbeiten und umzusetzen.

Ziele des deliberativ-konsultativen Dialogprozesses

Das Projekt Städtetenzwerk steht für eine Ergänzung der etablierten stadtentwicklungspolitischen Prozesse durch einen deliberativ-konsultativen Dialog mit der Stadtgesellschaft. Es zielt auf die Einbeziehung der Vielfalt der Stadtgesellschaft und es will mit seinem Anspruch auf Inklusion „in the long run“ einen Beitrag zur Stärkung der lokalen Demokratie leisten. Vor diesem Hintergrund sind folgende Ziele im Dialogprozess von besonderer Bedeutung:

- Inklusion und diskursive Gemeinwohlorientierung
Einbeziehung der Interessen möglichst aller relevanten Akteure (bürgergesellschaftliche Inklusion) und Spiegelung dieser Interessen an einer prozesshaft zu entwickelnden, von möglichst vielen anerkannten Gemeinwohlorientierung
- Responsivität und diskursive Transparenz
Vermeidung von starren Vorfestlegungen bei der Wahl des Dialogthemas und der Bestimmung der einzubeziehenden Interessengruppen; Gewährleistung eines Dialograhmens, der auch im Verlauf des Dialogprozesses noch Möglichkei-

ten bietet, die Agenda oder den Kreis der einzubeziehenden Akteure zu modifizieren; Dokumentation des Verlaufs des Dialogprozesses in möglichst zeitnaher Form und auf möglichst vielfältige Art und Weise

- Diskursive Legitimität

Ziel des Dialogprozesses ist es, die Legitimität des Handelns der stadtentwicklungspolitischen Akteure in Politik und Stadtverwaltung durch die Einbindung möglichst vieler relevanter Akteure zu stärken. Auf diese Weise besitzt der Dialogprozess das Potenzial, aus sich selbst heraus Legitimität zu erzeugen und die Legitimität stadtentwicklungspolitischen Handelns zu stärken.

Lokale Einbindung des Dialogs im Rahmen des Städtenetzwerks zur Stärkung Lokaler Demokratie durch bürgerorientierte integrierte Stadtentwicklung: Die Stadt schließt im Rahmen des Projekts Städtenetzwerk eingangs mit dem vhw einen Rahmenvertrag und beauftragt von politischer Seite (OB/Gemeinderat) die Durchführung eines konsultativen, milieuorientierten und deliberativen Dialogverfahrens. Das Ergebnis dieses Prozesses wird in Form einer Beschlussempfehlung in die Stadt und deren repräsentative Gremien zurückgespiegelt. Durch die Verankerung des Dialogs aufseiten der Stadt ist das Dialogverfahren in die bestehenden repräsentativen und rechtlichen Strukturen eingebunden und erfährt dadurch auch seine anfängliche Legitimation. Die Stadt beauftragt eine sogenannte Screeninggruppe, eine Art Begleitgruppe zum Dialog, mit der Vorbereitung, Durchführung und kritischen Betreuung des Verfahrens. Die inhaltliche Vorbereitung, Dialogdurchführung und Ergebnisfindung zieht ihre Legitimation in der Folge aus der diskursiven Verständigung der Teilnehmenden, ist somit also prozessualer Natur. Das Ergebnis des Dialogs wird als Beschlussempfehlung von den politischen Gremien der Stadt einer Abwägung und begründeten Entscheidung unterzogen und somit wieder der Kommunalhoheit unterstellt.

Die vor diesem Hintergrund konzipierten Dialoge weisen ein hohes Maß an Flexibilität in der Ausgestaltung auf, um die thematischen, prozessualen, kulturellen und politischen Erfordernisse und Besonderheiten „vor Ort“ bei der Umsetzung in den lokalen Dialogverfahren berücksichtigen zu können. Sie sehen, um die für das Städtenetzwerk hervorragenden Ziele der Inklusion und Deliberation zu erreichen, die folgenden, möglichst verbindlichen und im Einzelnen zu konkretisierenden Bausteine vor.

Im Auge des Dialogs: Die Screeninggruppe

Für alle Verfahren obligatorisch ist die trisektorale Screeninggruppe mit Vertretern aus Politik und Verwaltung, Bürgerschaft und Wirtschaft. Diese Gruppe ist für die technische und die inhaltliche Gestaltung, Begleitung und Auswertung des Dialogverfahrens sowie, sofern nicht bereits politisch festgelegt und beschlossen, für eine offene, transparente und von den Akteuren einvernehmlich anerkannte Themensetzung bzw. -konkretisierung zuständig.

Screeninggruppe: Die Screeninggruppe ist ein trisektoral aufzustellendes Gremium. Sie strukturiert Dialogthema und Dialogelemente, sie plant und begleitet den Dialogprozess. Sie gewährleistet zudem die Einbeziehung aller stadtgesellschaftlichen Akteure aus:

- Politik und Stadtverwaltung,
- lokaler Wirtschaft sowie
- stadt- bzw. quartiersspezifischen Institutionen und Bürgerschaft.

Die Aufgabe der Gruppe im Dialog selbst ist es, einen thematischen und organisatorischen Rahmen für das Verfahren zu setzen, es durch ein „Screening“, eine kritische Begleitung, zu unterstützen und bei Bedarf neu auszurichten. Zudem ist es Aufgabe dieser Gruppe, das gesamte Dialogverfahren abschließend einer Auswertung zu unterziehen.

Der Screeninggruppe kommt vor allem deshalb eine zentrale Bedeutung bei der Ausgestaltung des Dialogs zu, weil in jener frühen Phase der Vorbereitung bereits zentrale Weichenstellungen für den nachfolgenden Dialogprozess vorgenommen werden. Das betrifft z. B. die genaue inhaltliche Ausrichtung, also das Agenda-Setting, und die Prozessstrategie, die Benennung aller Interessengruppen, die es einzubeziehen gilt, die Bereitstellung von Daten und ggf. milieuspezifisch aufbereiteten Informationsmaterialien sowie die Einbeziehung von Experten und Expertisen, wie etwa integrierte stadtentwicklungspolitische Milieuanalysen. Die Screeninggruppe bestimmt auch die Formate für die Einzelbausteine des Dialogprozesses, zum Beispiel die Durchführung problemorientierter Stadtpaziergänge oder das Ersetzen von langwierigen Redebeiträgen durch knappe, einführende Filmbeiträge.

Relevante Akteure des Dialogprozesses: Aufgabe der Screeninggruppe ist u. a. die Benennung und Ansprache aller Akteure, insbesondere derjenigen, denen bei der Fragestellung des Dialogs besondere Relevanz zugesprochen wird. Folgende Kriterien sind hierbei maßgeblich:

Trisektorale Einbindung

Entsprechend der Aufstellung der Screeninggruppe sind Akteure aus Politik/Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft/Bürgerschaft einzubeziehen.

Ansprache aller Interessengruppen und lebensweltliche Inklusion

Bei den einzubindenden Interessengruppen kann es sich um Organisation (Institutionen, Verbände, Verwaltungseinheiten, politische Gremien) oder spezifische Zielgruppen handeln (soziodemografische Gruppen, Interessenten oder Kunden bestimmter Angebote). Ziel ist die Einbeziehung von wichtigen, meist nicht inkludierten stadtgemeinschaftlichen Milieus, ggf. auf Basis der Milieuanalysen, mit der Maßgabe, möglichst allen im Quartier vertretenen und eventuell auch den zukünftig für das Quartier relevanten Milieus eine Artikulation ihrer Interessen und eine Einbeziehung in den Dialog zu ermöglichen.

Responsivität und Transparenz

Im Verlauf des Dialogprozesses ist Transparenz ein zentrales Gebot. So ist zum Beispiel öffentlich zu machen, welche Interessengruppen einbezogen wurden. Zudem muss die Möglichkeit gegeben sein, die Auswahl dieser Interessengruppen kritisch zu hinterfragen bzw. Ergänzungsvorschläge (passiv/aktiv) in die Screeninggruppe bzw. den Dialog einzubringen.

Zentrales Anliegen des Dialogprozesses ist die Konzeption und Durchführung einer lebensweltlich inklusiven Dialogstrategie. Ziel ist es, die Milieuperspektive, wie sie zum Beispiel auch aufseiten des vhw vorliegt, möglichst frühzeitig in die Dialogentwicklung einzubringen. Das vorliegende Kommunikationshandbuch ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung.

Dieser dialogische Entwicklungsprozess ist ein gegenseitiger Lernprozess, der nicht nur darauf zielt, das Wissen über die Kommunikationspräferenzen der Milieus vor Ort nachhaltig zu verankern, sondern auch darauf, gemeinsam handlungsorientierte Dialogstrategien zu formulieren: im Austausch mit dem vhw, vor allem allerdings im Austausch der stadtgemeinschaftlichen Akteure miteinander.

Interviews, Satelliten und Milieugruppengespräche: Interviews, Satelliten und Milieugruppengespräche sind besondere Beteiligungsformate, die i. d. R. von der Screeninggruppe beauftragt und sichergestellt werden. Sie können ggf. von externen Kommunikationsexperten oder professionellen Moderatoren betreut und durchgeführt werden und ermöglichen den angesprochenen Gruppen aus Politik, Stadtverwaltung, quartiersspezifischen Institutionen, lokaler Wirtschaft und Bürgerschaft, ihre Interessen deutlich auszuarbeiten und zu artikulieren.

Die Interviews, Milieugruppengespräche und Satelliten können der Konturierung des Dialogthemas oder der Interessenformulierung im Dialogprozess dienen. Aufgabe der Screeninggruppe ist es, die relevanten Akteure zu benennen, deren Interessen dokumentiert werden sollen, und, mit Unterstützung der Stadtverantwortlichen, die Durchführung dieser Formate zu gewährleisten.

Die Tür zu Einstellungen und Bedürfnissen: Interviews, Satelliten und Milieugespräche

Wenn es beispielsweise aufgrund einer vagen, noch unklaren Auftrags- und Ausgangslage erforderlich und sinnvoll erscheint, können zunächst im Auftrag der Screeninggruppe einführende Telefoninterviews mit zufällig ausgewählten Bürgern oder institutionellen Anspruchstellern vor Ort geführt werden, die einen ersten Einblick in die Einstellungen, Befindlichkeiten und Bedarfe zentraler Akteure geben.

Die Gesprächsintention ist dabei allerdings ggf. eine andere als bei Gesprächen, in denen ein abstrakter Gegenstand, z. B. die gemeinwohlorientierte Planung in einem bestimmten Stadtgebiet, verhandelt wird. Hier stehen, ähnlich der im Baugesetzbuch geregelten Sozialplanung in der Stadterneuerung, die Menschen im Vordergrund, ihre Einstellungen und Bedürfnisse, ihre ganz persönliche Sicht auf die Probleme und die sich stellenden Aufgaben, ggf. auch unabhängig von einer vorgegebenen, vielleicht aber kritisch auf Tragfähigkeit und allgemeine Akzeptanz zu hinterfragenden städtischen Agenda.

Dabei kommt der Kommunikation, wie sie im Kommunikationshandbuch aufgezeigt wird, die anspruchsvolle Aufgabe zu, die Kommunikationsweise des Interviewers in passender Form auf den Gesprächsrahmen und den Kommunikationsstil des Gegenübers bzw. des Befragten einzustellen und auf diese Weise zu einem gelingenden Dialog im Interview beizutragen. Die Ergebnisse der Interviews werden dann ggf. als

schriftlicher, leicht nachvollziehbarer Bericht niedergelegt, in die Screeninggruppe rückgespiegelt, ggf. bei der Konkretisierung der Themensetzung bzw. des Agenda-Settings berücksichtigt und den eigentlichen Informationsmaterialien zum Thema und Gegenstand des Dialogs hinzugefügt.

Zu einem späteren Zeitpunkt des Verfahrens können dann, auf Empfehlung der Screeninggruppe, bei einem in den Interviews oder begleitenden Milieuanalysen festgestellten Bedarf, vertiefende Satelliten- oder Milieugruppengespräche mit zentralen, wenngleich vielleicht weniger artikulationsstarken Akteuren bzw. Akteursgruppen eines bevorstehenden Dialogs durchgeführt werden. Dabei geht es vor allem darum, den im Städtenetzwerk als zentral erachteten Anspruch auf vollständige Inklusion im Rahmen der Dialoge zu realisieren und politisch nur schwer oder gar nicht erreichbare Akteure und deren Interessen angemessen einzubeziehen. Dazu gehört die Ermittlung und dialogische Aufbereitung spezifischer Einstellungsmuster, z. B. bei bestimmten Sozialgruppen, die Erfragung stadträumlicher Bedarfe einzelner Milieus oder das Erstellen eines Meinungsbilds zu einer stadtentwicklungspolitischen Frage in einem bürgerschaftlichen Netzwerk. Damit lässt sich ein substanzieller Beitrag dazu leisten, bestehende, durch geringe Repräsentativität und Inklusion begründete Legitimationsdefizite herkömmlicher Beteiligungsverfahren abzubauen.

Auch bei diesen gezielten Satelliten und Milieugruppengesprächen kann das Instrumentarium aus dem Kommunikationshandbuch zur Anwendung kommen, indem auch hier die festzusetzenden Rahmenbedingungen und Formate für solche Gespräche sowie die zu wählenden Kommunikationsformen auf angemessene Weise den spezifischen Einstellungen und Bedarfen der Teilnehmer und Akteure angepasst werden.

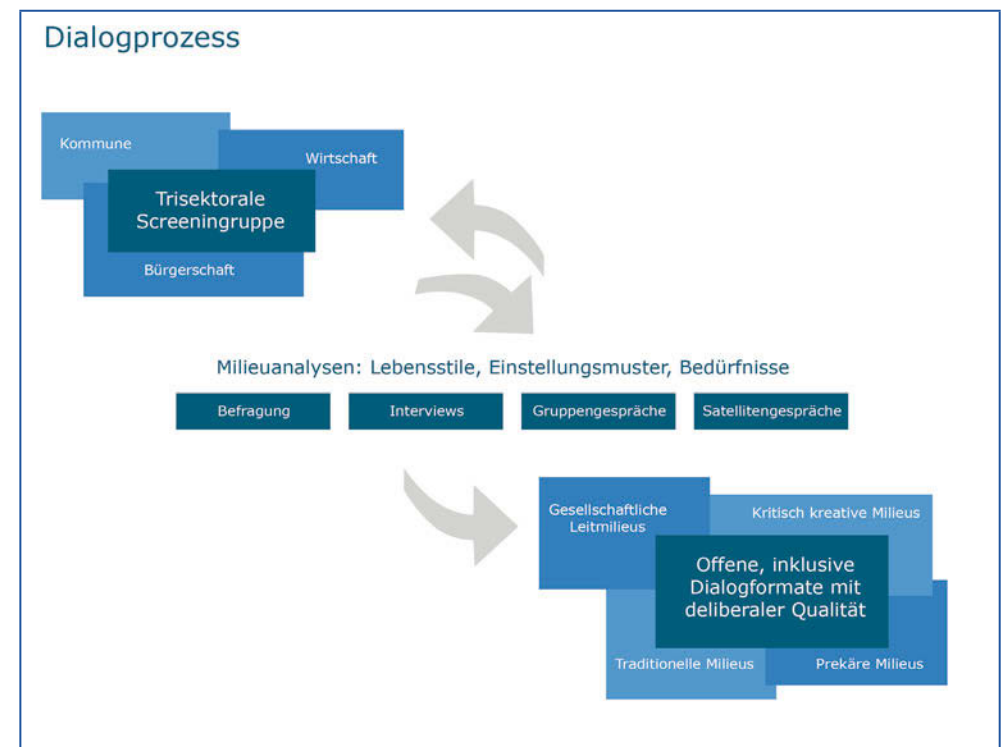
Dialog jenseits der Beteiligungselite: Milieukommunikation

Für den Dialog selbst kommen vor allem frühzeitige und ergebnisoffene Verfahren in Betracht, die nach Möglichkeit nicht ideologisch, d. h. durch zentrale Wertfragen vorbelastet sind. Bei diesen Verfahren kann es z. B. um die Erarbeitung und Entwicklung von Perspektiven, Ideen und Lösungen gehen. Auch kommen Dialoge in Betracht, bei denen von Beginn an mehrere Alternativen zur Diskussion und zur Abstimmung gestellt werden, oder Dialoge, mit denen Konflikte zwischen verschiedenen begründeten Positionen gelöst werden sollen. Nicht infrage kommen aber Verfahren, bei denen die Bürger nur vorgegebenen, ausformulierten Lösungen zustimmen sollen. Solche Verfahren, bei denen die reine Information im Mittelpunkt steht, sind wegen fehlender Mitwirkungsspielräume prinzipiell ausgeschlossen.

Zum Dialog selbst, der in vielfältigen offenen Formaten durchgeführt werden kann, werden alle Interessierten der Stadtgesellschaft eingeladen. Für die Verbesserung der Inklusion wird ein besonderer Wert auf eine differenzierte, die Vielfalt an Lebensstilen und Kommunikationsformen widerspiegelnde, ggf. auch persönliche Ansprache gelegt.

Dies betrifft vor allem die differenzierte Formulierung von Anschreiben und Einladungen, die spezifisch auf unterschiedliche Einstellungen, Interessen und Kommunikationsgewohnheiten eingehen können. Und es betrifft auch eine für bestimmte Milieugruppen durchaus angemessene aufsuchende Ansprache, die man beispielsweise beim Besuch von Vereinen oder sozialen Einrichtungen im Vorfeld eines Dialogs zur Anwen-

Abbildung 112: Elemente des Dialogprozesses



Quelle: vhw 2013

dung bringen kann. Und es betrifft die frühzeitige Bereitstellung vielfältig gestalteter Informationsmaterialien, Plakate, Broschüren, Poster oder Flyer, die mithilfe des Kommunikationshandbuchs leicht verständlich aufbereitet und ansprechend gestaltet werden können.

Damit soll eine mit leicht verständlichen Materialien gut informierte, für alle Akteure offen zugängliche sowie für alle relevanten Interessen aufgeschlossene Teilnahme an den Dialogen im Rahmen des Städtenetzwerks gewährleistet werden. Ziel ist eine für alle Interessenten offene, deliberativ und milieuorientiert gestaltete Diskussion, die den Kern des Dialogs bildet. Einen informativen Auftakt setzen dazu die sprachlich überarbeiteten, leicht verständlichen Beiträge der Vertreter der Stadt und der eingeladenen Experten, wozu ggf. auch die vom vhw erarbeiteten milieuorientierten Analysen gehören.

Im Dialog selbst besteht in der Folge die Möglichkeit zur ausführlichen moderierten Diskussion der Teilnehmer untereinander, bei der, den Regeln der Deliberation entsprechend, allein das vernünftige bzw. das „bessere“ Argument zählt. Der neutralen Moderation kommt dabei die anspruchsvolle Aufgabe zu, das Gespräch nicht nur fair und qualitativ hochwertig im Sinne der Deliberation zu gestalten, sondern auch, mithilfe des Kommunikationshandbuchs spezifische Kommunikationsformen der Milieus anzuwenden, um eine gleichberechtigte Diskussion „auf Augenhöhe“ zu gewährleisten.

Dialog: Öffentliche Veranstaltung, an der alle interessierten Bürger teilnehmen können. Angestrebt wird dabei ein hohes Maß an gesellschaftlicher Inklusion, d. h. eine lebensweltlich vielfältige Teilnehmerstruktur, sowie der Einsatz entsprechend differenzierter Dialoginstrumente. Eine Screeninggruppe sorgt dafür, dass bereits im Vorfeld des Dialogs transparente Informationen zum Gegenstand zur Verfügung gestellt werden. Zudem ist der Dialog ein Forum zur Präsentation der Ergebnisse der im Vorfeld durchgeführten Satelliten. Ziel des Dialogs ist es, mit Unterstützung einer deliberativ und lebensweltlich orientierten Moderation zu einem allgemein anerkannten Dialogergebnis zu gelangen, welches den parlamentarischen Gremien der Stadt zur Entscheidung überwiesen wird.

Nach Bedarf können geladene Experten, Anspruchsteller (Stakeholder) sowie Vertreter aus Politik und Verwaltung zu den sich stellenden Fachfragen in das ansonsten möglichst ungestörte, nicht von Experten dominierte Gespräch einbezogen werden. Eine neutrale Moderation hat hierbei mithilfe des Kommunikationshandbuchs sicherzustellen,

dass die Statements der Experten und Anspruchsteller verständlich und nachvollziehbar sind.

Die Teilnehmer der Veranstaltung, und dies bildet den Kern der deliberativen und milieuorientierten Dialoge, beraten je nach Bedarf und Anzahl einsetzbarer Moderatoren in mehreren oder in vielen zufällig zusammengesetzten Kleingruppen über das Dialogthema bzw. den Gegenstand des Dialogs. Sie verfassen im Zuge der erforderlichen internen Abstimmungsprozesse eine durch die möglichst repräsentative Zusammensetzung der Akteure gerechtfertigte und durch die „besseren Argumente“ begründete Beschlussempfehlung zur Vorlage bei den parlamentarischen Gremien der Stadt. Dort wird die Beschlussempfehlung abschließend beraten, einer Abwägung und einer fundierten Entscheidung unterzogen sowie ausführlich und nachvollziehbar öffentlich begründet.

Quartiertypen

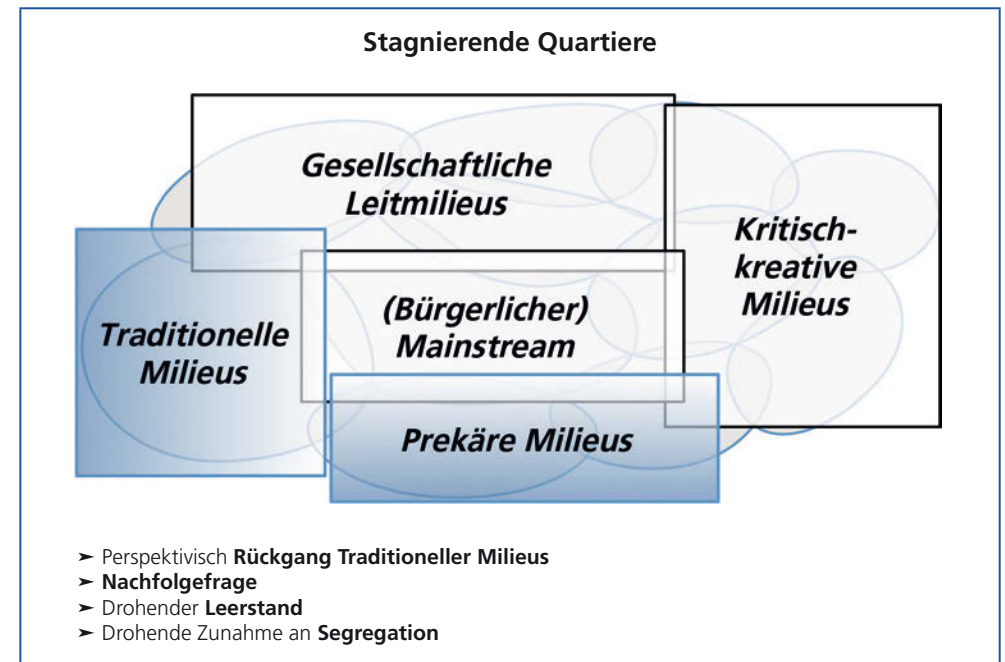
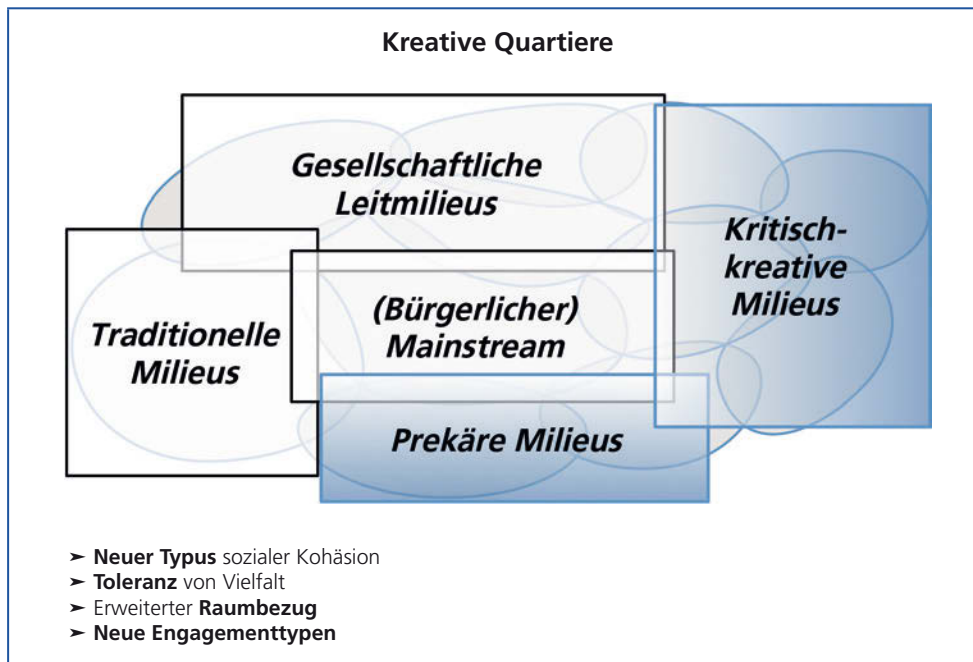
Eine zentrale Herausforderung bei der Entwicklung lebensweltlich orientierter Dialogstrategien ist die Übersetzung lokaler Milieuanalysen in den Dialog. Die abstrakten Milieudaten selbst sind als Planungsinformation kaum für konkrete Anwendungen nutzbar. Um Stadtentwicklungsprozesse transparent zu gestalten, müssen daher die Informationen nachvollziehbar gemacht werden, auf denen die Dialogstrategien basieren. Ein erster Schritt könnte zum Beispiel in der Beschreibung lebensweltlicher Quartiertypen liegen. Solche Quartiertypen abstrahieren sichtbar vom Einzelfall und vereinfachen den Umgang mit den 19 sozialen Milieus, indem sie diese zu fünf Milieusegmenten zusammenfassen (siehe Abbildung 113).

Diese Form der Darstellung von Milieubefunden ermöglicht eine Annäherung des analytischen Blicks auf die lokalen Milieustrukturen an Kategorien der Alltagswahrnehmung, wie etwa kreative oder stagnierende Quartiere. Sie können zudem als Leitidee für eine dialogische und kommunikationsorientierte Strategie dienen, die tatsächlich betroffene Gruppen in den Dialog bringt, auch wenn sie nicht zu den „Usual Suspects“ zählen. Die beschriebenen Milieusegmente finden sich dementsprechend auch als zusammenfassende Kategorie im Kommunikationshandbuch.

Auf dem Weg zur Bürgergesellschaft

Die Stadtentwicklungspolitik benötigt neue stadtgesellschaftliche Dialogkonzepte, wenn Transparenz und Teilhabe auch künftig Leitbilder der Städte bleiben sollen, wenn die

Abbildung 113: Mögliche Quartiertypen



Quelle: vhw, 2013

Bürgerbeteiligung an der Stadtentwicklung weiterhin mehr wert sein soll als eine expertokratische Planungskultur. Der Rückgriff auf 1. eine milieuorientierte Sicht des Kommunikationsraums Stadt und seiner Akteure, 2. einen Bruch mit der bestehenden Exklusion vieler Milieus und eine Reaktivierung der intersoziokulturellen Netzwerke zwischen den lokalen Milieus, 3. ein geeignetes Dialogbesteck zur Operationalisierung lokaler lebensweltlich basierter Dialoge und 4. eine geeignete Form zur Übersetzung vorliegender Milieuanalysen in nachvollziehbare Begriffskategorien macht aber noch keinen Dialog. Dieser steht und fällt mit einem 5. konkreten thematischen Anliegen, das idealerweise mit einer Handlungsperspektive verknüpft ist und vonseiten der zuständigen Kräfte in Politik und Verwaltung unterstützt wird. Dieses Pentagon (1–5) beschreibt einen regelrechten Stresstest mit dem Ziel, einen breiteren Akteurskreis einzubinden, als es beim exkludierenden Status quo stadtentwicklungspolitischer Prozesse in der Regel üblich ist.

Im Ergebnis geht es letztlich darum, lebensweltliche und kommunikative Kulturbrüche besser zu verstehen und angemessen zu beheben.

5 Kommunikation

Dieses Modul des Handbuchs behandelt das zentrale Thema: die Kommunikation. Dabei geht es uns nicht nur darum, Kommunikationsweisen und -präferenzen der einzelnen Milieusegmente und Milieus herauszuarbeiten. Es geht darum, das „Große Ganze“ zu betrachten, also auch zu beachten und herauszuarbeiten, welche Ursachen und Wirkungen bestimmte Arten und Weisen der Kommunikation haben, welche Kanäle für wen ansprechend sind und was bei dem einen oder anderen Kanal (Stichwort Digitalisierung) zu beachten ist. Was passiert also beispielsweise, wenn ich Traditionelle zu einer Diskussionsveranstaltung einlade, bei der es darum geht, digitale Medien für alle Bürger gewinnbringend in der kommunalen Verwaltung einzusetzen? Wir betreiben also mit diesem Modul auch Metakommunikation. Ergänzt ist dieses Modul des Kommunikationshandbuchs mit einigen Exkursen in die Kommunikationswissenschaften. Diese Exkurse verstehen sich als genau solche: kurze Ausflüge in interessante Aspekte der wissenschaftlichen Arbeit um Kommunikation. Auch hier gilt, dass wir keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, denn auch dieser Teil des Kommunikationshandbuchs ist angewiesen auf Anregungen, tatsächliche Erlebnisse und Erfahrungen, um das Handbuch in Zukunft weiterzuentwickeln. Ziel dieses Moduls ist es, einen Eindruck zu geben, wie die Milieus (ideal-)typischerweise kommunizieren, welche Ziele sie mit ihrer Kommunikation verfolgen, was sie mit ihrer Kommunikation zeigen, aber auch, was sie verbergen wollen. Interessant sind an dieser Stelle auch die kommunikativen Arenen (Räume), in denen sie sich hauptsächlich bewegen (möchten). Um Kommunikationshintergründe und -bezüge zu verstehen, sollte der Gegenstand vorab etwas eingegrenzt werden. Was meinen wir, wenn wir von Kommunikation reden?

Die Milieus und Kommunikation

Wir gehen Milieusegment für Milieusegment vor, denn im Großen und Ganzen gleichen sich die Milieus innerhalb der einzelnen Segmente in ihrer Kommunikation. Eigenheiten fallen besonders bei der näheren Betrachtung digitaler Kommunikation auf – diese Unterschiede lassen sich besonders in den Segmenten beobachten, die eine große Altersspanne aufweisen, z. B. beim Bürgerlichen Mainstream und bei den Prekären Milieus. Die Beschreibung jedes Segments wird mit einer Art Zusammenfassung in Form von „Kommunikativen Dos and Don'ts“ abschließen. Auch hier werden wir innerhalb der Segmente auffällige Milieuspezifika hervorheben.

Exkurse zu unterschiedlichen Themen der Kommunikation, die gerade mit Blick auf die Milieus, aber auch im Hinblick auf Grundannahmen der Kommunikation von Bedeutung sind, ergänzen das Modul. Die Exkurse zielen nicht darauf ab, die Grundlagen der Kommunikationswissenschaften darzulegen und zu präsentieren. Das ist zu umfangreich und lässt sich wohl leichter einschlägiger Fachliteratur zum Thema entnehmen. Diese Exkurse zielen darauf ab, ein paar Modelle zu umschreiben, die im Alltag und im Umgang mit den Milieus und deren Kommunikationsstil helfen sollen. Wie nimmt ein Milieu bestimmte Botschaften auf? Was für eine Ansprache funktioniert bei welchem Milieu und bei welchem nicht? Und nicht zuletzt: Was kann bei der eigenen Kommunikation beachtet werden, um sie klarer, unmissverständlicher und entsprechend erfolgreicher zu gestalten? In diesem Zusammenhang soll das „Vier-Ohren-Modell“ von Friedemann Schulz von Thun herangezogen werden sowie die fünf Axiome der Kommunikation von Paul Watzlawick.

Außerdem werden weitere Exkurse die Themen der Mediennutzung und Medienwirkung, sowie Zahlen und Fakten zur digitalen Kommunikation umfassen. Wie nutzen welche Milieus welche Medien? Und welche Milieus sind digital versiert, welche nicht? Und was für Implikationen hat das, allgemein gesprochen, für die Kommunikation mit ihnen?

Und was muss dabei für die Kommunikation vorausgesetzt werden? Welche Kommunikationsstile, Ausdrucksformen und Ansprachen bevorzugen die Milieus? Und worin bestehen Herausforderungen und Konfliktpotenziale in der Kommunikation mit ihnen?

Exkurs: Kommunikationswissenschaften, Kommunikationsmodelle, Lebenswelt und Lebensstil

Eine genaue Definition dieses Begriffs zu schaffen, ist kaum möglich; dennoch gibt es Charakteristika, die mit diesem Begriff im Zusammenhang stehen, die im Kontext von Partizipation und Engagement ganz besonders interessant und wichtig sind. Was also macht Kommunikation aus? Kommunikatives Geschehen kann als sozialer Prozess angesehen werden und passiert immer da, wo Menschen zueinander in Beziehung treten, miteinander umgehen oder sich verständigen, egal ob direkt von Angesicht zu Angesicht, verbal oder nonverbal oder über digitale Medien.⁹⁷ Im Zusammenhang mit Partizipation und Engagement liegt der Fokus also auf dem Aspekt des kommunika-

⁹⁷ Wolfgang Frindte (2001): Einführung in die Kommunikationspsychologie, S. 17

tiven Miteinanders von Menschen. Und „wenn Menschen miteinander kommunizieren, so regen sie sich (intendiert oder unreflektiert) wechselseitig an, Vorstellungen, Bilder, Konstruktionen über die Wirklichkeit zu produzieren“⁹⁸. Jedoch müssen sich diese Bilder nicht immer decken und nicht immer reden Menschen über dasselbe. Jeder Mensch hat eine individuelle, also ganz eigene Wahrnehmung von Wirklichkeit, und so entstehen bei Sender und Empfänger von Botschaften oft ganz unterschiedliche Bilder; sie reden über unterschiedliche Dinge und die Kommunikation mag aufgrund dessen nicht frei von Konflikten sein.

Im Kontext von Lebensstilforschung und sozialen Milieus heißt das, dass auch die Art und Weise, wie Menschen miteinander umgehen und kommunizieren, ein Teil des Lebensstils als relativ stabiles, regelmäßig wiederkehrendes Muster der alltäglichen Lebensführung ist. Die zugrunde liegenden Wertemuster sind auch Basis dafür, wie Menschen miteinander kommunizieren, welche kommunikativen Präferenzen sie haben, wie sie Dinge auffassen und verstehen (wollen), wie sie mit anderen reden, wie sie sich anderen gegenüber verhalten. Bezogen auf Milieus heißt das, dass jedes der Sinus-Milieus auch einen entsprechenden Kommunikationsstil repräsentiert und eben Gruppen von Menschen mit ähnlichen Kommunikationsstilen zusammenfasst. Mit den unterschiedlichen Kommunikationsstilen sind auch unterschiedliche Bilder verbunden und folglich lassen sich wohl an manchen Stellen Konflikte schon vorwegnehmen. Die Kommunikationsstile unterscheiden sich zum Teil von Segment zu Segment stark; beispielsweise ist die Bürgerliche Mitte in ihrer Kommunikation sehr harmonieorientiert, während das Milieu der Performer Kommunikation auch als Mittel der Konfliktlösung sieht und einen eher dominanten Kommunikationsstil aufweist.

Die Lasswell-Formel

Im Handlungsfeld von Stadtentwicklung und Wohnen stellt sich nun die Frage, wie inklusiv besonders lokale Kommunikationsprozesse hinsichtlich Bürgerbeteiligung und Bürgerdialog sind und welche Wirkungen bzw. Effekte sie haben. Das ist die klassische Fragestellung der originären Kommunikationswissenschaften:

Who says what in which channel to whom with what effect?
(Wer sagt was in welchem Kanal zu wem mit welchem Effekt?)

Vor dem Hintergrund dieser Formel von Harold Dwight Lasswell⁹⁹ lässt sich eine kurze Bestandsaufnahme erstellen:

Who? Das **Wer** bezieht sich in unserem Kontext auf die Stadt, die Kommunen, die lokale Politik oder die lokale Verwaltung, die als Sender eines Inhalts bzw. von Informationen auftreten. Denn Bürgerbeteiligung und Bürgerdialog gehen in erster Linie von Kommunen aus, von lokaler Politik und lokaler Verwaltung. Sie bestimmen in der Regel die Agenda und können Entscheidungsprozesse für weitere Akteure öffnen, in diesem Fall also für die Bürger. Schon an dieser Stelle kann es zum Ausschluss bestimmter Bevölkerungsgruppen kommen, nämlich jener, die Verwaltungen und Politik misstrauisch gegenüberstehen, wenn nicht sogar ablehnend. Wenn also die kommunale Politik dazu auffordert, an einem Bürgerdialog teilzunehmen, führt das eventuell schon dazu, dass sich einige Bürger abwenden, ohne auch nur das „Was“ gehört zu haben.

What? Mit Blick auf den Inhalt konzentrieren wir uns auf die Kommunikationsprozesse im Kontext integrierter Stadtentwicklungsprozesse. So geht es also bei **Was** um die Inhalte, die kommuniziert werden; in diesem Fall sind dies Inhalte, die sich auf Themen der Stadtentwicklung beziehen. Auch die sind nicht selten stark politisch geladen. Zurückgreifend auf Bourdieu können wir nun die These aufstellen, dass das Interesse an diesem oftmals politischen „Was“ ungleich verteilt ist und nur bestimmte Bevölkerungsgruppen ansprechen wird.

Which channel? Der **Kanal**, in dem kommuniziert wird, bezieht sich auf zweierlei Aspekte: Zum einen geht es hier um Kommunikationskanäle mit dem Bürger, bevor es zur eigentlichen Beteiligung kommt. Auf welchen Kanälen werden Bürger im Vorfeld angesprochen? Zum anderen geht es hier auch um die Beteiligungsformen an sich, die als Kanäle der Kommunikation mit dem Bürger genutzt werden. Wenn wir uns hier wieder auf Bourdieus Annahmen stützen, dann lässt sich an dieser Stelle festhalten, dass die Kanäle nicht „intersoziokulturell“ gestaltet sind, um die komplette partizipative Bandbreite auszuschöpfen.

To whom? Wem bezieht sich auf den Empfänger des Inhalts, also die Bürger. Hier geht es also um die Kommunikationsprozesse zwischen Bürgern und Kommunen, Verwaltung, lokaler Politik. Aus der Perspektive der Lebenswelt geht es hier um die Frage, welche Milieus Interesse äußern, sich zu beteiligen, und welche Milieus tatsächlich beteiligt werden. Es geht aber auch um die Frage, welche Milieus überhaupt erreicht werden und sich angesprochen fühlen, wenn es um Partizipation und Engagement geht.

⁹⁹ Harold D. Lasswell (1948): The Structure and Function of Communication in Society, in: Lyman Bryson (Hrsg.), The Communication of Ideas. A Series of Addresses, New York, S. 32–51

⁹⁸ Frindte (2001), a. a. O., S. 17

With what effect? Der **Effekt** bezieht sich auf die Wirkung der Teilhabe (oder eben auch Nichtteilhabe), auf das Miteinander von Bürgern und Kommunen. Denn Teilhabe wie auch Nichtteilhabe haben Effekte auf das weitere Miteinander von Bürgern und Kommunen. Kommunikation und Partizipation haben damit ein konkretes Resultat und stellen gleichzeitig eine Herausforderung dar: Wie kann eine partizipative solidarische lokale Bürgergesellschaft im Miteinander von Stadt und den einzelnen stadtgeseilschaftlichen sozialen Milieus gelingen? Fühlen sich die Bürger als Beteiligte? Haben sie den Eindruck, dass sie sich aktiv am Geschehen beteiligen können? Und welche Dynamiken löst das aus?

Wie genau die einzelnen Milieus zu den Themen Partizipation und Engagement stehen, ist Gegenstand und Mittelpunkt des entsprechenden Moduls in diesem Handbuch (Modul „Partizipation und Engagement“). Ein schneller Blick auf den Status quo in Sachen Bürgerdialog offenbart jedoch, dass vor allem die älteren Statusmilieus (Konservativ-Etablierte und Liberal-Intellektuelle) und der Mainstream (Bürgerliche Mitte) dominieren. Deutliche Schwächen lassen sich bei den Prekären Milieus finden (Prekäre und Konsum-Hedonisten). Neben dieser Oben/Unten-Zweiteilung ist allerdings auch entlang der Modernisierungslinien ein Defizit zu erkennen: Je moderner ein Milieu, desto schwieriger scheint es sich für Dialogprozesse gewinnen zu lassen. Diese „Modernisierungslücke“ zieht sich durch alle Milieusegmente. Im Mainstream stehen die Sozialökologischen und die Adaptiv-Pragmatischen im Ergebnis hinter der Bürgerlichen Mitte. Besonders deutlich wird es bei den modernen Kritisch-kreativen Milieus (Expeditive und Experimentalisten) sowie Teilen der Adaptiv-Pragmatischen und Performer. Die Experimentalisten liegen mit ihrer Beteiligungsquote fast 50 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt; auch bei den Expeditiven bzw. den Adaptiv-Pragmatischen sieht es nicht viel besser aus.

Mit unterschiedlichen Bekanntheitsgraden von Dialogverfahren lässt sich diese milieuselektive Beteiligung nicht erklären. Die Verfahren sind in allen Milieus mit Werten um die 85 Prozent ähnlich gut bekannt. Die in der Einleitung dieses Beitrags formulierte Kulturthese scheint hier erklärungskräftiger. Offensichtlich fühlen sich Prekäre wie auch modernere Milieus bei den derzeit Engagierten weniger willkommen. Diese Milieus äußern sich auch entsprechend.

Die Erklärung ist hier zweischichtig. Bei den Prekären Milieus (Prekäre, Konsum-Hedonisten) finden wir eine wechselseitige Beziehung von kulturellen Distanzen zu den derzeit Engagierten wie auch von einem Gefühl, in Entscheidungsprozessen nicht auf

Augenhöhe partizipieren zu können („Sich an Entscheidungsprozessen zu beteiligen, das ist nichts für mich.“). Bei den modernen Kritisch-kreativen Milieus werden offensichtlich alternative Partizipationsmöglichkeiten jenseits des Mainstreams gesucht. Ihre Affinität zu Beteiligung an Protestformen, wie etwa Demonstrationen, ist ein Indiz in diese Richtung und für eine Art Unbehagen in der politischen Kultur.

Die Daten legen die Annahme nah, dass jedes Milieu seine eigenen partizipativen Präferenzen hat und an bestimmten Beteiligungsformen eher teilnehmen wird als an anderen. Wir gehen davon aus, dass dies mitunter an den Formen der Beteiligung an sich liegt und diese selbst mit Blick auf die Kommunikation selbstselektierend wirken. Während von Kreativen eine Einladung zur Bürgerversammlung eventuell schon als Herausforderung aufgefasst werden kann („Denen werde ich aber was erzählen.“), mag eine solche Einladung für jemanden aus den Prekären Milieus stark abschreckend wirken, wenn Vertreter der kommunalen Politik zur Bürgerversammlung laden. Aus der Perspektive von Bourdieu gesprochen fehlen ihnen die kulturellen Ressourcen, um sich an diesen Prozessen zu beteiligen. Andersherum fehlt aber auch der Kommunalpolitik der nötige Zugang zu eben jenen Milieus. Das **Who** aus Lasswells Formel kann schon ein Grund sein, sich an solchen Prozessen nicht zu beteiligen („Die da oben machen doch sowieso, was sie wollen.“).

Das Kommunikationsquadrat oder „4-Ohren-Modell“

Eines der wohl bekanntesten Kommunikationsmodelle ist das „4-Ohren-Modell“ bzw. Kommunikationsquadrat von Friedemann Schulz von Thun. Schulz von Thun geht davon aus, dass jede Botschaft bzw. Nachricht vier Seiten hat: Selbstoffenbarung, Sachinhalt, Appell und Beziehung.¹⁰⁰ Das heißt, dass jeder Sender einer Botschaft in eben diesen vier „Schnäbeln“ spricht und jeder Empfänger dieser Botschaft diese mit vier „Ohren“ hört¹⁰¹ (siehe Abbildung „Die vier Seiten einer Botschaft“). Dabei gilt: „Sowohl Sender als auch Empfänger sind für die Qualität der Kommunikation verantwortlich, wobei die unmissverständliche Kommunikation der Idealfall ist und nicht die Regel.“¹⁰²

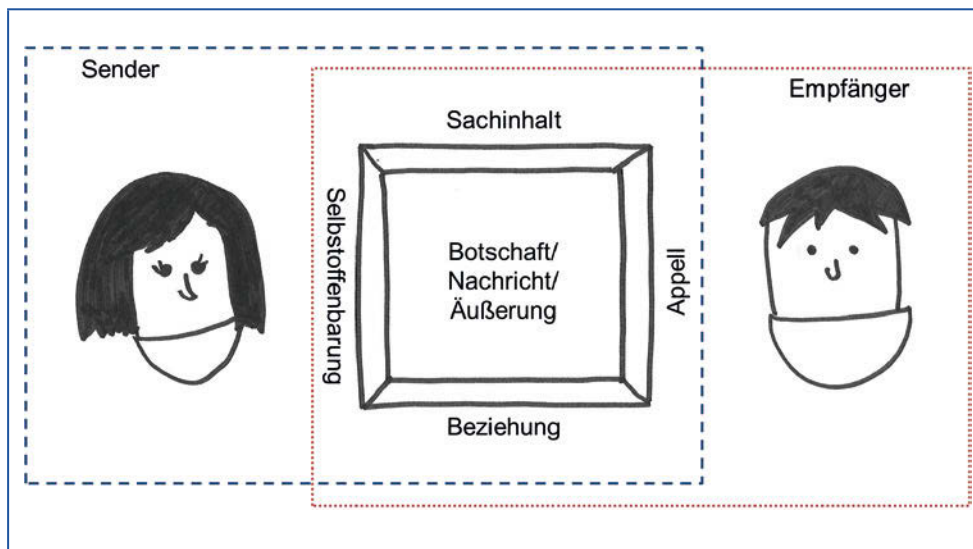
Der Sachinhalt einer Botschaft bezieht sich auf die Sachinformationen, also Daten, Sachverhalte, die in der Botschaft stecken. Die Herausforderung für den Sender auf

100 Friedemann Schulz von Thun/Christoph Thomann (2005): Klärungshilfe 1. Handbuch für Therapeuten, Gesprächshelfer und Moderatoren in schwierigen Gesprächen, S. 119f.

101 http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=71 [28.02.2013]

102 http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=71 [28.02.2013]

Abbildung 114: Die vier Seiten einer Botschaft nach Schulz von Thun



Quelle: Eigene Darstellung nach Schulz von Thun ..(http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=71 [28.02.2013])

dieser Ebene sieht dieses Modell nun darin, diese Informationen klar und deutlich zu transportieren. Derweil hat der Empfänger die anderen drei Seiten der Botschaft, um entsprechend zu agieren.¹⁰³

Die Selbstoffenbarung bezieht sich darauf, dass mit allem, was gesagt wird, der Sender auch immer ein Teil von sich, seinen Bedürfnissen, seinen Wünschen, seiner Persönlichkeit preisgibt. Der Empfänger wiederum kann diese Ebene nutzen, um herauszufinden, mit wem er es beim Sender zu tun hat: Was ist das für eine Person?¹⁰⁴

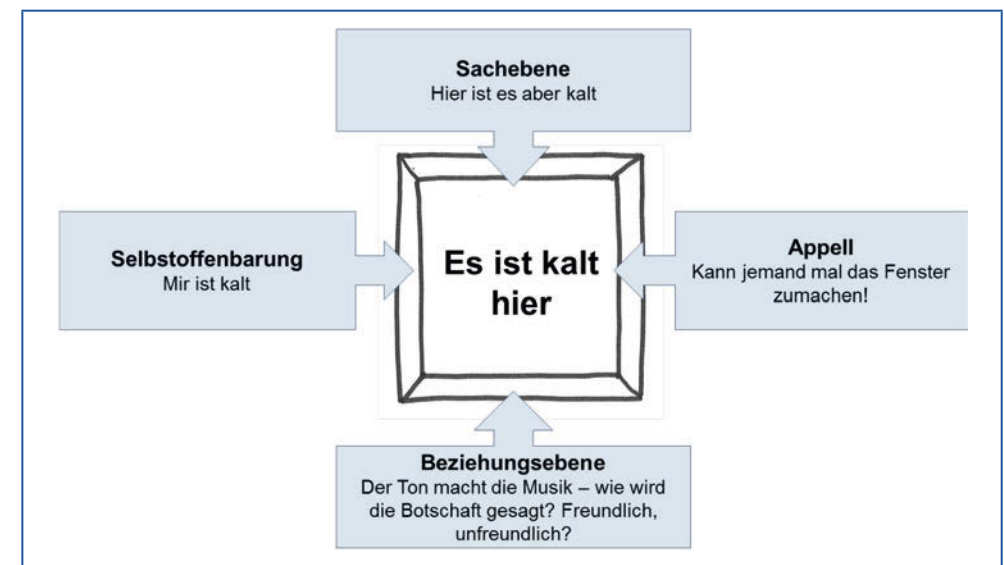
Die Beziehungsseite einer Botschaft bezieht sich auf die Beziehung zwischen Sender und Empfänger der Nachricht: Der Sender trifft damit Aussagen darüber, wie er zum Empfänger steht. Diese Beziehungshinweise werden durch Formulierung, Tonfall, Mimik und Gestik vermittelt und „der Empfänger fühlt sich durch die auf dem Bezie-

hungsohr eingehenden Informationen wertgeschätzt oder abgelehnt, missachtet oder geachtet, respektiert oder gedemütigt“¹⁰⁵.

Der Appell verweist auf die in der Botschaft enthaltenen Handlungsanweisungen. Hier nimmt der Sender Einfluss auf den Empfänger.¹⁰⁶

Vor diesem Hintergrund kann eine Botschaft auf unterschiedlichen Ebenen wahrgenommen und interpretiert werden. Ein Beispiel soll das verdeutlichen: Die Aussage „Es ist kalt“ beinhaltet mehr als nur die Information zur Temperatur. Mit Blick auf die Selbstoffenbarung trifft sie eine Aussage darüber, dass dem Sender der Botschaft kalt ist. Mit Blick auf die Beziehung kann diese Aussage mit unfreundlichem Unterton und eingefrorener Mimik so interpretiert werden, dass beispielsweise der Empfänger der Nach-

Abbildung 115: Die vier Seiten einer Botschaft – „Es ist kalt hier“



Quelle: Eigene Darstellung nach Schulz von Thun ..(http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=71 [28.02.2013])

103 http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=122&clang=0 [28.02.2013]

104 http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=122&clang=0 [28.02.2013]

105 http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=122&clang=0 [28.02.2013]

106 http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=122&clang=0 [28.02.2013]

richt schuld daran ist, dass dem Sender kalt ist. Und schließlich kann auf der Appellseite der Botschaft der Empfänger dazu aufgefordert werden, z. B. ein offenes Fenster zu schließen (siehe Abbildung „Die vier Seiten einer Botschaft – ‚Es ist kalt hier‘“).

Übertragen auf die Milieus lässt sich dieses Modell so deuten, dass entsprechend ihrer kommunikativen Präferenzen die Milieus unterschiedliche Ebenen bevorzugen, um zu agieren und zu kommunizieren. So wird die Bürgerliche Mitte mit ihrem ausgeprägten Sinn für Harmonie auf dem „Beziehungs-Ohr“ recht empfindsam sein. Im Gegensatz dazu tendieren die Performer zu einer sehr sachlichen Kommunikation und agieren (aus Sicht anderer) wohl hauptsächlich auf der Ebene der Sachinhalte, also von Daten und Fakten. In der gemeinsamen Kommunikation mit der Bürgerlichen Mitte kann das dann zu Konflikten führen, wenn die Bürgerliche Mitte auf der Suche nach Aussagen zur Beziehung ist und eben diese sachliche Kommunikation der Performer als unfreundlich, unpersönlich und letztlich ihnen gegenüber unangemessen interpretiert.

Die fünf Axiome der Kommunikation nach Paul Watzlawick

Die fünf Axiome der Kommunikation nach Paul Watzlawick sind ein Versuch, „pragmatische Regeln des Kommunizierens“ aufzustellen.¹⁰⁷ Diese Regeln werden als Axiome bezeichnet, weil sie, anders als Theorien, Annahmen darstellen, die nicht bewiesen werden müssen.¹⁰⁸ Unter Kommunikation versteht Watzlawick dabei menschliche Interaktion und „einen wechselseitigen Ablauf von Mitteilungen zwischen zwei oder mehreren Personen“¹⁰⁹. Davon ausgehend haben Watzlawick und sein Team fünf Axiome der Kommunikation erarbeitet.

Axiom 1: Man kann nicht nicht kommunizieren.

Verhalten ist immer kommunikativ und „man kann sich nicht nicht verhalten“, und so hat „alles Verhalten in einer zwischenmenschlichen Situation Mitteilungscharakter“.¹¹⁰ In jeder Situation, in der Menschen aufeinandertreffen, findet also Kommunikation statt – egal, ob miteinander gesprochen wird (verbale Kommunikation) oder nicht (non-verbale Kommunikation).

107 Alexander Thomas (1991): Grundriß der Sozialpsychologie. Band 1: Grundlegende Begriffe und Prozesse, S. 64

108 Frindte (2001), a. a. O., S. 48

109 Paul Watzlawick/Janet H. Beavin/Don D. Jackson (2011): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien, S. 58

110 Watzlawick/Beavin/Jackson (2011), a. a. O., S. 58f.

Das Warten beim Arzt kann hier als Beispiel dienen: Sobald man im Wartezimmer nicht mehr alleine ist, findet Kommunikation statt, auch wenn man sich nicht miteinander unterhält. So kann beispielsweise das Lesen einer Zeitschrift auch als nonverbale Kommunikation angesehen werden, dass man nicht angesprochen werden möchte – obwohl niemand das verbal äußert.

Axiom 2: Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.

Wenn über den Inhalt von Kommunikation die Rede ist, dann geht es dabei vor allem um die Informationen, die kommuniziert werden. Gleichzeitig beinhaltet Kommunikation aber auch einen Aspekt, „der viel weniger augenfällig, doch ebenso wichtig ist – nämlich einen Hinweis darauf, wie ihr Sender sie vom Empfänger verstanden haben möchte“.¹¹¹ Während der Kommunikation definieren die Kommunizierenden also auch die Beziehung, die sie miteinander eingehen.¹¹²

Zu beachten ist hier, dass der Beziehungsaspekt oft wichtiger sein kann als der Inhalt, und sich beide Aspekte auch durchaus widersprechen können.¹¹³ Dann ist die Art und Weise, wie etwas gesagt wird, entscheidender als das, was gesagt wird. Der Beziehungsaspekt wird dabei meist über die nonverbale Kommunikation vermittelt; und ist die Mimik, Gestik, der Tonfall nicht dem Inhalt angemessen, dann steht der Beziehungsaspekt schnell im Vordergrund und widerspricht gegebenenfalls sogar dem Inhaltsaspekt.

Axiom 3: Kommunikationsabläufe werden unterschiedlich strukturiert.

Dieses Axiom bezieht sich auf „Phänomene des Mitteilungsaustauschs zwischen Kommunikationsteilnehmern“¹¹⁴. Ein (unbeteiligter bzw. objektiver) Beobachter von Kommunikationsabläufen mag diese als einen ununterbrochenen Austausch von Mitteilungen wahrnehmen.¹¹⁵ Allerdings „definiert jede Person die Struktur der ablaufenden Kommunikation nach ihren eigenen Vorstellungen, Erfahrungen und Einstellungen“¹¹⁶, und so hat jeder Kommunikationsteilnehmer eine andere Sicht auf deren Ablauf. Was für den einen beispielsweise Ursache für einen Konflikt ist, kann für den anderen Wir-

111 Watzlawick/Beavin/Jackson (2011), a. a. O., S. 61

112 Frindte (2001), a. a. O., S. 49

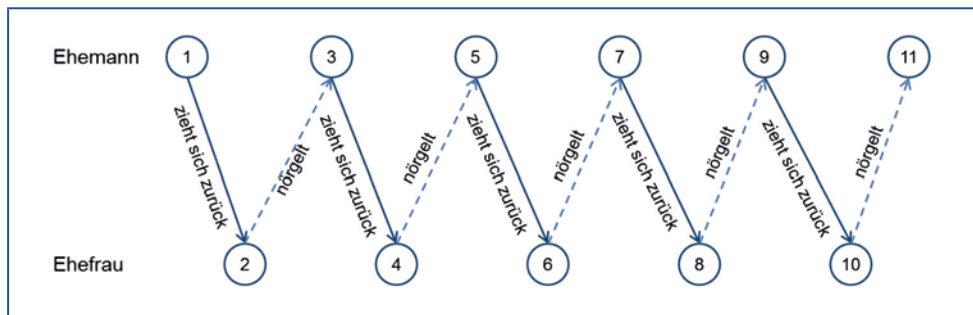
113 Frindte (2001), a. a. O., S. 49

114 Watzlawick/Beavin/Jackson (2011), a. a. O., S. 65

115 Watzlawick/Beavin/Jackson (2011), a. a. O., S. 65

116 Frindte (2001), a. a. O., S. 50

Abbildung 116: Strukturierung von Kommunikationsabläufen



Quelle: Eigene Darstellung nach Paul Watzlawick/Janet H. Beavin/Don D. Jackson (2011): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien, S. 67

kung sein. Der unten stehende beispielhafte Kommunikationsverlauf soll das verdeutlichen. Aus der Sicht der Ehefrau zieht der Ehemann sich zurück, was sie zum Nörgeln veranlasst – die Kommunikation des Ehemanns ist Auslöser ihres Nörgelns (Abläufe 1–2–3, 3–4–5, 5–6–7 etc.). Aus Sicht des Ehemanns allerdings ist das Nörgeln Grund seines Rückzugs (Abläufe 2–3–4, 4–5–6, 6–7–8 etc.).¹¹⁷ Beide Ehepartner strukturieren die Kommunikationsabläufe unterschiedlich, was in diesem Fall unvermeidlich zu einem Konflikt führt (siehe Abbildung „Strukturierung von Kommunikationsabläufen“).

Axiom 4: Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten.

Watzlawick unterscheidet „zwei grundsätzlich verschiedene Weisen, in denen Objekte dargestellt und zum Gegenstand von Kommunikation werden können“¹¹⁸: auf analoge Weise mit Analogien (also Symbolen) oder auf digitale Weise durch einen Namen. Letztere sind dabei „Worte, deren Beziehung zu dem damit ausgedrückten Gegenstand eine rein zufällige oder willkürliche ist“¹¹⁹. Dass das Wort Baum einen Baum bezeichnet, ist rein zufällig. Analogien weisen im Gegensatz dazu „grundsätzliche Ähnlichkeitsbeziehungen zu dem Gegenstand auf“. Nonverbale Kommunikation ist analoger Natur, während verbale Kommunikation der digitalen Kommunikation zuzuordnen wäre.

Axiom 5: Kommunikation verläuft entweder symmetrisch oder komplementär.

Dieses Axiom steht für die Beziehung der Kommunizierenden, die entweder auf Gleichheit oder auf Ungleichheit basiert. Von symmetrischen Beziehungen ist dann die Rede, wenn diese sich durch das Streben nach Gleichheit und Verminderung von Unterschieden zwischen den Kommunikationsteilnehmern auszeichnen. Komplementäre Interaktion liegt dann vor, wenn die Kommunikation auf sich gegenseitig ergänzende Unterschiedlichkeiten aufbaut.¹²⁰ Komplementär ist Kommunikation also dann, „wenn zwischen den Kommunikationspartnern ein Über- und Unterordnungsverhältnis besteht“¹²¹. Als Beispiel wäre hier die Kommunikation zwischen einem Vorgesetzten und seinen Mitarbeitern zu nennen. Aber auch zwischen den einzelnen Milieus kann es zu einer komplementären Kommunikationssituation kommen. In diesem Zusammenhang kann es dann zu kommunikativen Konflikten kommen, wenn eines der Milieus von einer symmetrischen, also gleichberechtigten, Kommunikationssituation ausgeht, ein anderes sich aber in eben dieser Situation in der übergeordneten Position sieht und davon ausgeht, dass sich der Kommunikationspartner entsprechend unterordnet. Eine Situation, die zwischen den Gesellschaftlichen Leitmilieus und den Prekären Milieus durchaus vorstellbar ist.

Schlussfolgerung: Kommunikation ist nicht gleich Kommunikation!

Sowohl das Modell nach Schulz von Thun wie auch die fünf Axiome der Kommunikation zeigen: Kommunikation kann von den Kommunikationspartnern ganz unterschiedlich aufgenommen und wahrgenommen werden. Im Umkehrschluss heißt das mit Blick auf die Milieus, dass davon ausgegangen wird, dass die Milieus aufgrund der ihnen zugrunde liegenden Wertemuster, Einstellungen und Erfahrungen auch anders kommunizieren und bestimmte Seiten der Botschaft oder Aspekte von Kommunikation unterschiedlich starkes Gewicht haben.

Gerade in Bezug auf die Beziehungsaspekte von Kommunikation kann es durchaus zu Reibungspunkten zwischen den Kommunikationspartnern bzw. Milieus kommen, nämlich dann, wenn der Beziehungsaspekt (Watzlawick) bzw. die Beziehungsseite (Schulz von Thun) einer Nachricht wichtiger wird als der eigentliche Inhalt. Dann geht es meist nicht mehr um die Informationen an sich, sondern in erster Linie darum herauszufin-

¹¹⁷ Watzlawick/Beavin/Jackson (2011), a. a. O., S. 65

¹¹⁸ Watzlawick/Beavin/Jackson (2011), a. a. O., S. 71

¹¹⁹ Watzlawick/Beavin/Jackson (2011), a. a. O., S. 71

¹²⁰ Watzlawick/Beavin/Jackson (2011), a. a. O., S. 79f.

¹²¹ Frindte (2001), a. a. O., S. 51

den, wie der Kommunikationspartner zu einem selber steht und umgekehrt. Nachrichten und Botschaften werden von Empfänger und Sender unterschiedlich wahrgenommen und interpretiert. In diesem Zusammenhang kann auch die noch so kleinste Geste, Mimik oder auch Äußerung eine große Wirkung haben bzw. je nach Milieu die eine oder andere Auswirkung haben.

Es gibt Milieus, die agieren in erster Linie sehr sachlich und durchaus dominant – das trifft besonders auf die Leitmilieus zu. Diese Sachlichkeit gepaart mit Dominanz mag aus der Perspektive der Leitmilieus für Ergebnisorientierung stehen, kann aber aus der Sicht anderer Milieus als Arroganz und Besservisserei wahrgenommen werden (z. B. aus Sicht des Bürgerlichen Mainstreams). Infolgedessen können einige Milieus mit Rückzugstendenzen reagieren (Traditionelle, aber auch Bürgerliche Mitte). Der Kommunikationsablauf wird entsprechend des Milieus unterschiedlich strukturiert (siehe Axiom 3): Aus Sicht der Leitmilieus wird der Rückzug quasi als Rechtfertigung dafür angesehen, dominant bzw. dominanter zu agieren. Aus Sicht der Traditionellen bzw. der Bürgerlichen Mitte ist die Dominanz und Arroganz allerdings Auslöser für den Rückzug. In diesem Sinne ist Kommunikation tatsächlich nicht gleich Kommunikation und kann schnell in einem Kreislauf enden, der sich nur schwer durchbrechen lässt. Im Kontext von Dialog und Stadtentwicklung ist das in der Kommunikation von Kommune/Stadt mit Bürgern bzw. in der Kommunikation der Bürger untereinander sehr hinderlich. Die hier beschriebenen Kommunikationsstile und -präferenzen der Milieus sollen auch für solche Situationen sensibilisieren und Empfehlungen zum Umgang mit solchen Reibungs- und Konfliktpotenzialen geben.

Exkurs: Mediennutzung und Medienwirkung

Bei der Mediennutzung fällt bei der Gesamtbetrachtung ins Auge, dass das beliebteste Medium der Deutschen das Fernsehen ist: 94,3 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren geben an, dass sie in ihrer Freizeit regelmäßig oder gelegentlich fernsehen. Das zweitbeliebteste Medium sind Zeitungen, an dritter Stelle steht das Radio und als viertes geben 75,9 Prozent an, in ihrer Freizeit regelmäßig oder gelegentlich Zeitschriften oder Illustrierte zu lesen.¹²²

¹²² Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.129 gewichtete Fälle; Frage: „Es gibt ja verschiedene Möglichkeiten, die Freizeit an Wochenenden, an Abenden oder an Feiertagen zu gestalten. [...] Kreuzen Sie bitte an, was auf Sie persönlich zutrifft.“; Antwortmöglichkeiten: „Zeitung lesen“, „Zeitschriften, Illustrierte lesen“, „Fernsehen“, „Radio hören“, TOP 2 (auf einer 4er-Skala, 1 = „mache ich überhaupt nicht“, 4 = „mache ich regelmäßig/intensiv“)

Ein tieferer Blick in die Mediennutzung zeigt jedoch, dass die einzelnen Medien auf ganz unterschiedliche Weise und aus unterschiedlichen Motiven genutzt werden. In der Medienwissenschaft wurden hier einige Erklärungsansätze gegeben, warum und wie Menschen bestimmte Medien nutzen – als Beispiel sei hier der durch unter anderem den Kommunikationswissenschaftler und Soziologen Elihu Katz geprägte „Nutzen- und Belohnungsansatz“¹²³ aus der Mediennutzungsforschung genannt. Dieser Ansatz geht davon aus, dass dem Rezipienten von Massenmedien (also TV, Radio, Zeitungen) eine aktive Rolle im Umgang mit den Medien zukommt. Anders als in anderen Sender- und Empfänger-Modellen, die den Rezipienten eine eher passive Rolle in der Mediennutzung zuschreiben, findet hier ein Paradigmenwechsel statt und es wird die Frage gestellt: „Was machen Menschen mit den Medien?“, wie gehen sie mit ihnen um, wie integrieren sie sie in ihrem Leben und wie interpretieren sie sie? Der Ansatz geht weiterhin davon aus, dass Menschen sich Medien nach ihren eigenen Bedürfnissen auswählen und mit der Nutzung von Medien spezifische Belohnungen (oder auch die Befriedigung von Bedürfnissen) verbinden.¹²⁴ Zu beachten ist in diesem Kontext jedoch, dass dieser theoretische Ansatz besonders in den 1950er- und frühen 1960er-Jahren populär war und dementsprechend weit vor dem Aufkommen der digitalen Kommunikation entwickelt wurde. In diesem Zusammenhang mag es sein, dass hier bestimmten Bedürfnissen, die erst und überhaupt durch das Internet und digitale Medien hervorgerufen wurden, nicht zur Gänze Rechnung getragen wird.

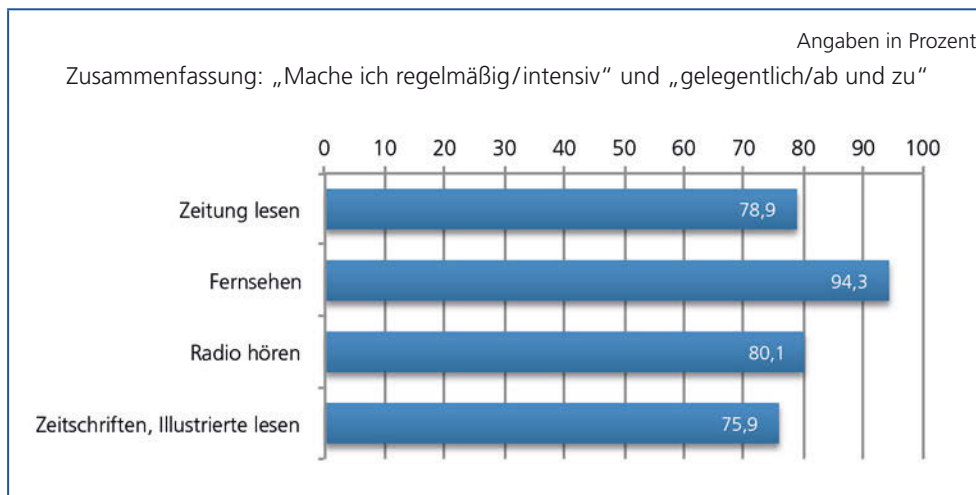
Die Annahmen und Thesen des Nutzen- und Belohnungsansatzes haben in der Analyse der Nutzung von Massenmedien in der Vergangenheit und bis heute breite Anwendung gefunden und lassen sich auch in der Betrachtung der Milieus einsetzen. Vereinfacht gesagt ist mit diesem Ansatz davon auszugehen, dass jedes Milieu einen anderen Nutzen und folglich eine andere Belohnung aus der Nutzung von bestimmten Medien zieht. Wo die einen eher nach Information suchen, steht für andere der Unterhaltungsfaktor im Vordergrund.

Beispiel: Fernsehen und TV-Genres

Am Beispiel des Fernsehens lassen sich die unterschiedlichen Nutzungsweisen gut abbilden: Ferngesehen wird über alle Milieus hinweg; große Abweichungen vom Durchschnitt fallen dabei nicht ins Auge. Ein Blick auf die milieuspezifische Nutzung von

¹²³ Aus dem Englischen: „Uses and Gratification Approach“

¹²⁴ Vgl. Elihu Katz/Jay G. Blumler/Michael Gurevitch (1974): Uses and Gratifications Research, in: The Public Opinion Quarterly, Vol. 37, No. 4 (Winter, 1973–1974), S. 509–523

Abbildung 117: Mediennutzung in der Freizeit – Gesamtbetrachtung

Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II

TV-Genres offenbart allerdings einige auffällige Unterschiede: Gerade Leitmilieus (und hier besonders die Liberal-Intellektuellen und Performer) scheinen TV-Genres mit viel Informationsgehalt (hier Magazine aus dem Bereich Politik und Wirtschaft¹²⁵ sowie Reportagen, Dokumentationen bzw. Portraits, wie sie bei SpiegelTV gezeigt werden¹²⁶) zu bevorzugen. Die jungen Kreativen und die Prekären Milieus hingegen scheinen diese Art von Fernsehen nicht so stark anzusprechen. Stattdessen scheinen mit Real-Life-Soaps (im Stile von Big Brother und Dschungelcamp¹²⁷) wie auch Doku-Soaps¹²⁸ eher unterhaltende Aspekte im Vordergrund zu stehen.¹²⁹

125 Aufgeführt in der Typologie der Wünsche als: Magazin/Ratgeber Politik und Wirtschaft, Forsa, Landtagswahlen, Übertragungen Wahlen/Recht

126 Aufgeführt in der Typologie der Wünsche als: Reportage/Dokumentation/Übertragung/Portraits (Spiegel-TV, Schul- und Bildungsfernsehen, Telekolleg, Dokumentarfilm, Portraits)

127 Aufgeführt in der Typologie der Wünsche als: Real-Life-Soaps (Big Brother, Dschungelcamp, Alm etc.)

128 Aufgeführt in der Typologie der Wünsche als: Doku-Soaps – gemeint sind wohl Formate wie „Raus aus den Schulden“

129 Die vorliegenden Daten zu den TV-Genres basieren auf den Daten der Typologie der Wünsche; Frage: „Wenn Sie einmal an das Fernsehprogramm denken: Wie stark interessieren Sie sich für die Sendungen auf diesen Seiten?“; Antwort auf einer 6er-Skala (1 = „überhaupt nicht interessiert“, 6 = „sehr interessiert“); Zusammenfassung Ausprägung 5 und 6; Ausgewählte TV-Genres

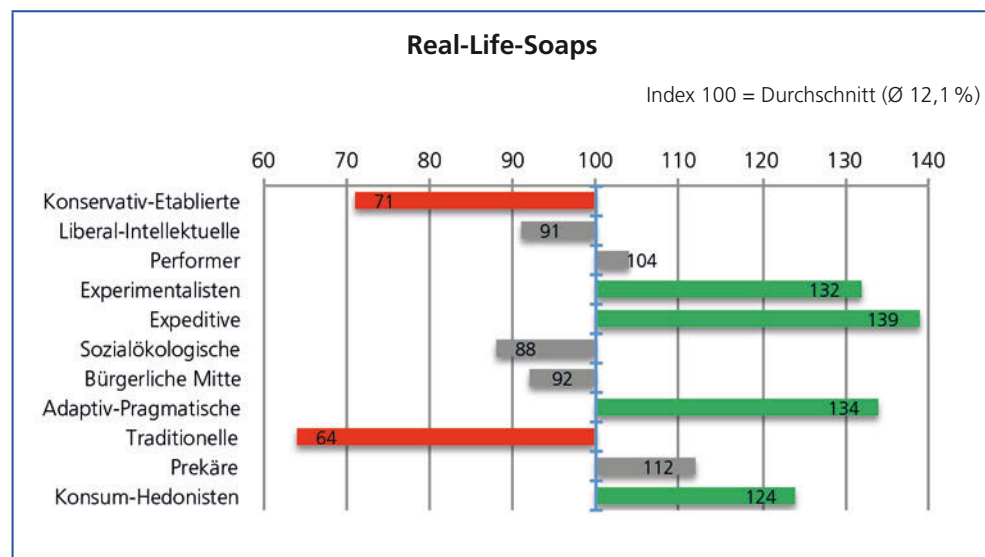
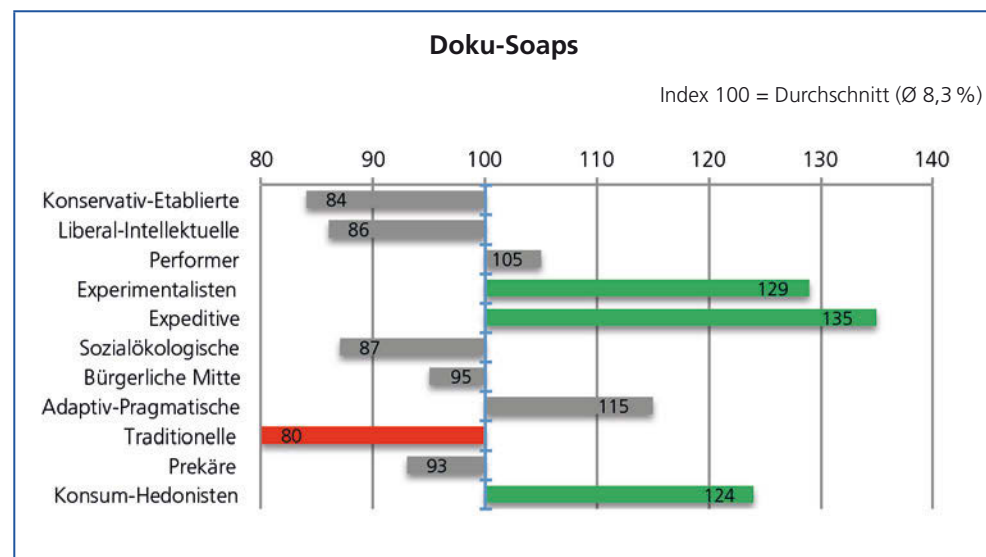
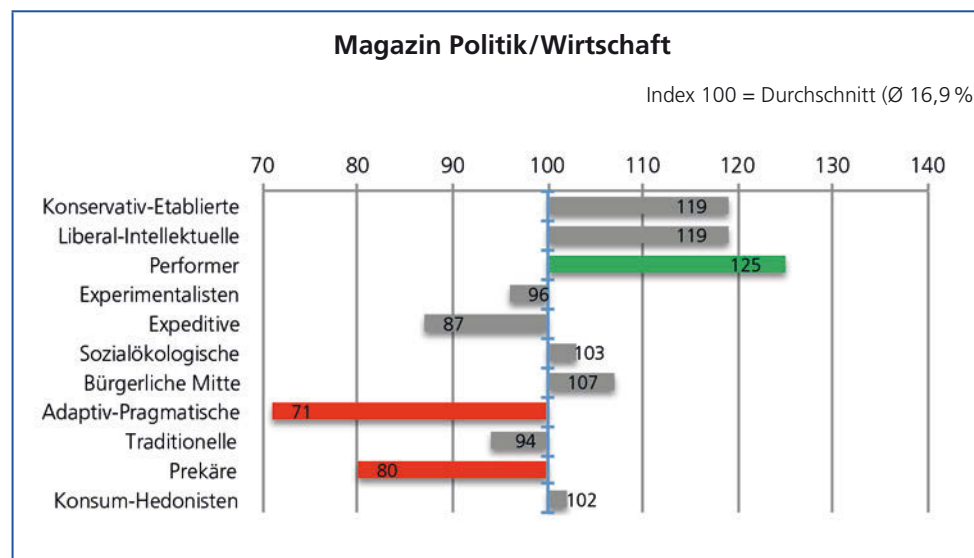
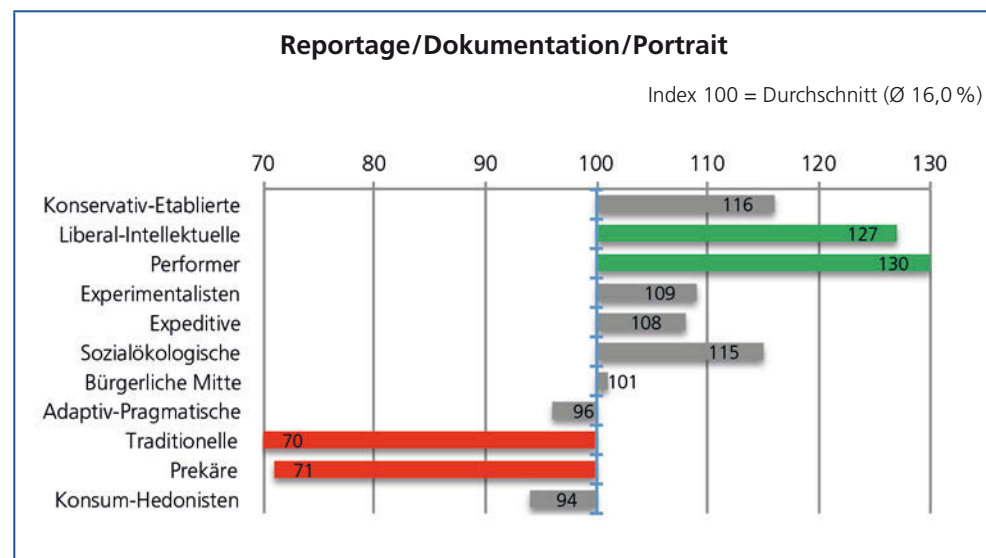
Zudem unterscheiden sich die TV-Genres auch hinsichtlich ihrer Tonalität und ihres Duk-tus und zeichnen sich durch ganz andere Arten und Weisen der Kommunikation aus. Die Motive, das eine oder andere Format zu schauen, können dabei sehr unterschiedlich sein. So scheint bei Real-Life-Soaps und Doku-Soaps neben dem Aspekt der Unterhaltung auch die Alltagsnähe der besprochenen Themen im Vordergrund zu stehen, die es den Zuschauern bzw. Rezipienten erleichtert, sich zum einen eher mit den Personen zu identifizieren, aber auch mit den geschilderten Sachverhalten, Themen und Problemen.

Exkurs: Digitale Kommunikation

E-Mail, Mobiles Internet, Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Web 2.0 – all das sind Schlagworte der digitalen Kommunikation. Es sind aber bei Weitem nicht alle, die eigentlich zu nennen wären, wenn über Kommunikation im Zeitalter des Web 2.0 gesprochen und debattiert wird. Die Möglichkeiten scheinen heute nahezu unbegrenzt. Jedoch werden eben diese Möglichkeiten von den Menschen unterschiedlich genutzt – nicht nur in ihrer Frequenz, sondern auch in ihrer Art und Weise. Die einen sehen das Internet und seine Möglichkeiten eher instrumentell und damit eher als Hilfsmittel oder Mittel zum Zweck. Für andere sind die gleichen Möglichkeiten emotionaler aufgeladen; hier stehen sie für Beziehungs- und Freundschaftspflege, die Nutzung des Internets geschieht (zum Teil) aus anderen Motiven und schlussendlich auch auf andere Art und Weise. Wieder andere sehen eben diese Entwicklungen skeptisch und sorgen sich zum einen über ihre persönlichen Daten und die Gefahr des Missbrauchs. Zum anderen haben sie aber auch eine skeptische Haltung gegenüber all der Öffentlichkeit von persönlichen Daten, wie beispielsweise von Beziehungen und Freundschaften auf Facebook. Und dann wären da noch diejenigen, die mit all diesen Entwicklungen vollends überfordert sind, mit Computern, geschweige denn dem Internet etwas anfangen können, ihre alten Werte und Ordnungsmuster infrage gestellt sehen und von diesen Entwicklungen oft vollkommen abgekoppelt sind. All diese Einstellungen lassen sich gut auf die Milieus übertragen. So wird unter anderem der sogenannte „Digital Divide“ oder auch der „digitale Graben“ bezogen auf das Alter in Deutschland immer größer. Es sind bei Weitem mehr junge Leute online als ältere Menschen.

Aber zunächst wollen wir einen allgemeinen Blick auf die Zahlen werfen um einen Eindruck davon zu bekommen, welche Rolle das Internet und die digitale Kommunikation heute spielen und in welcher Hinsicht der digitale Graben besonders stark ausgeprägt ist. Auf dieser Grundlage sollen dann auch die Milieus und ihr Umgang, ihre Nutzungs-

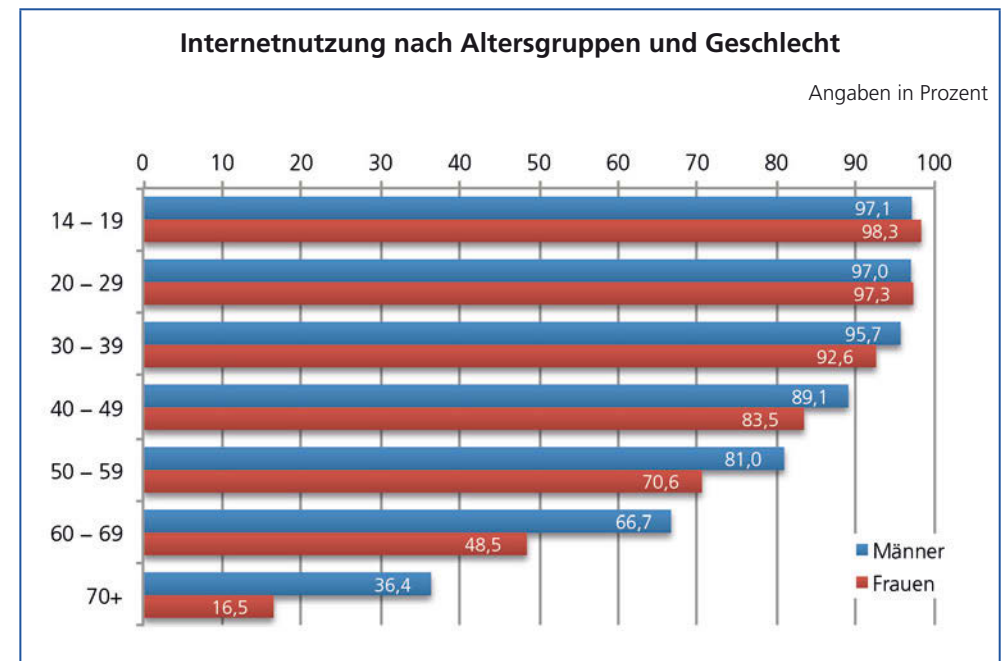
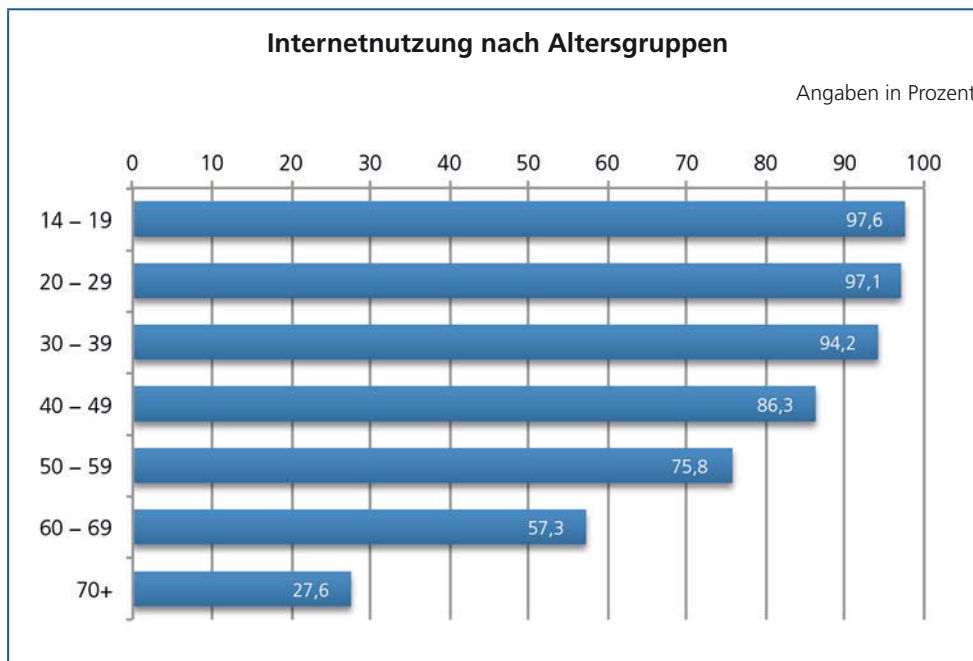
Abbildung 118: Bevorzugte TV-Genres in den Milieus



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

■ Unterdurchschnittliche Zustimmung; ■ Durchschnittliche Zustimmung; ■ Überdurchschnittliche Zustimmung

Abbildung 119: Internetnutzung nach Altersgruppen sowie Altersgruppen und Geschlecht



Quelle: (N)Onliner Atlas 2011, eigene Darstellung

motive und die Art und Weise der Nutzung digitaler Kommunikation näher betrachtet werden.

Onliner und (N)Onliner – Daten aus dem (N)Onliner Atlas 2011

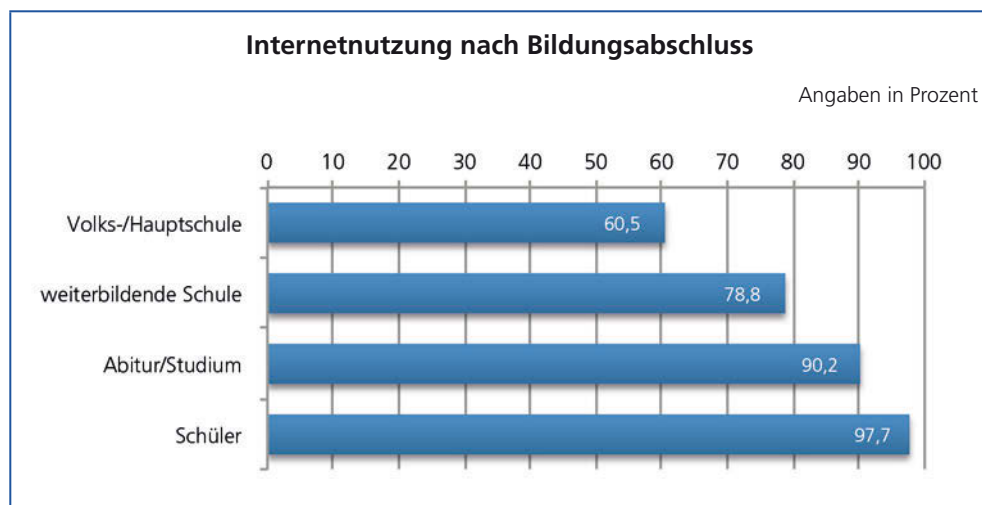
Die Initiative D21 bietet mit dem (N)Onliner Atlas seit dem Jahr 2001 belastbare, empirische Informationen zu Onlinern, Offlinern und Nutzungsplanern in Deutschland.¹³⁰ Laut der neuesten Ausgabe des (N)Onliner Atlas 2011 sind inzwischen 74,7 Prozent der Deutschen online.¹³¹ Zum Vergleich: 2001 lag der Anteil der Onliner bei gerade

einmal 37 Prozent.¹³² Die Zahl der Onliner steigt von Jahr zu Jahr, allerdings nehmen hier verschiedene soziodemografische Daten Einfluss. So ist beispielsweise der Anteil der Onliner nicht in allen Altersgruppen gleich hoch. Neben dem Alter scheint auch das Geschlecht und die Bildung eine Rolle zu spielen. Laut dem aktuellen (N)Onliner Atlas hat besonders das Alter einen maßgeblichen Einfluss auf den Anteil von Onlinern und Offlinern, denn hier geht die Schere (bzw. der „Digital Divide“) am weitesten auseinander. Die höchste Nutzungsrate ist in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen zu verzeichnen, hier zählen insgesamt 97,6 Prozent zu den Onlinern. Dieser Anteil nimmt mit steigendem Alter ab und beträgt in der Gruppe der 60- bis 69-Jährigen nur noch 57,3 Prozent (das ist aber immerhin noch die Hälfte), und bei den über 70-Jährigen ist nur noch ein knappes Viertel (24,6 Prozent) online. Es bleibt außerdem festzuhalten, dass der Anteil der Onliner in allen Altersgruppen ansteigt, jedoch auf unterschiedlichem

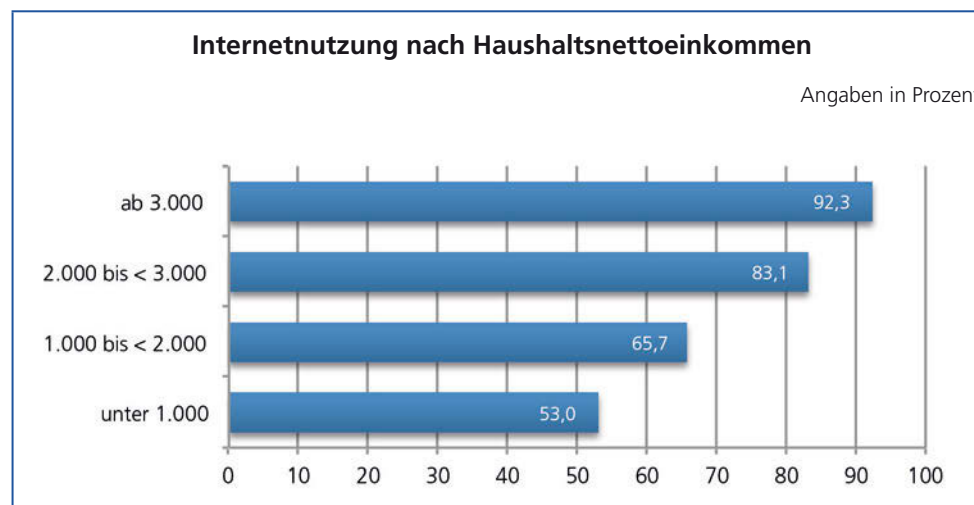
¹³⁰ Weitere Informationen zur Initiative D21 und dem (N)Onliner Atlas unter: [22.03.2012]; Download (N) Onliner Atlas 2011 unter: <http://www.initiaved21.de/portfolio/nonliner-atlas> [22.03.2012]

¹³¹ Onliner ist hier als die Nutzung des Internets unabhängig von Ort und Grund der Nutzung definiert. Die Angabe bezieht sich auf eine repräsentative Befragung der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren mit Festnetztelefonanschluss im Haushalt – siehe (N)Onliner Atlas, S. 9.

¹³² <http://www.initiaved21.de/portfolio/nonliner-atlas> [22.03.2012]

Abbildung 120: Internetnutzung nach Bildungsabschluss sowie Haushaltsnettoeinkommen

Quelle: (N)Onliner Atlas 2011, eigene Darstellung



Niveau. „Der Zuwachs an Onlinern findet vor allem unter den Jungen statt, während die Offliner immer mehr zur Gruppe der Alten werden.“¹³³

Seit Jahren wird auch die geschlechterspezifische Internetnutzung beobachtet. Hier stellte sich gerade zu Beginn des Zeitalters des Internets heraus, dass es vor allem Männer sind, die das Internet nutzen. Im Jahr 2011 waren 80,7 Prozent der Männer online, bei den Frauen 68,9 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Differenz zwischen den Geschlechtern gesunken. Ein Blick auf die jüngeren Altersgruppen offenbart jedoch, dass sich dieser Unterschied in Zukunft nivellieren wird, denn in der Gruppe der 14- bis 19-Jährigen sind mit 98,3 Prozent mehr Mädchen bzw. junge Frauen online als junge Männer (97,1 Prozent). In der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen sinkt der Vorsprung der Frauen auf 0,3 Prozent, hier liegen beide Geschlechter so gut wie gleich auf. Auch hier gilt: Je älter die Befragten sind, desto weiter geht die Schere zwischen den Geschlechtern auseinander. Dennoch verzeichnet die Gruppe der Frauen über 50 Jahre

einen Zuwachs von 4,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit schließt sich die Schere zwischen Männern und Frauen.¹³⁴

Auch zwischen den Bildungsgruppen schließt sich laut (N)Onliner Atlas 2011 die Schere bzw. der „Digital Divide“ weiter. Den höchsten Anteil Onliner verzeichnen Schüler mit 97,7 Prozent. Den höchsten Zuwachs bei der Internetnutzung kann aber die Bevölkerungsgruppe mit formal einfacher Bildung verbuchen. Allerdings bleibt die Nutzung hier auf einem weitaus geringeren Niveau als bei den Gruppen mit höherer Bildung.¹³⁵

Festgestellt wurde auch, dass das Haushaltsnettoeinkommen einen Einfluss auf den Anteil der Onliner zu nehmen scheint, denn je höher das monatliche Haushaltsnettoeinkommen, desto höher ist auch der Anteil der Internetnutzer, denn „die Nutzung des Internets ist auch eine Kostenfrage“ und „die Kluft zwischen den einkommensschwächsten Haushalten und finanziell besser gestellten Gruppen bleibt somit bestehen“¹³⁶.

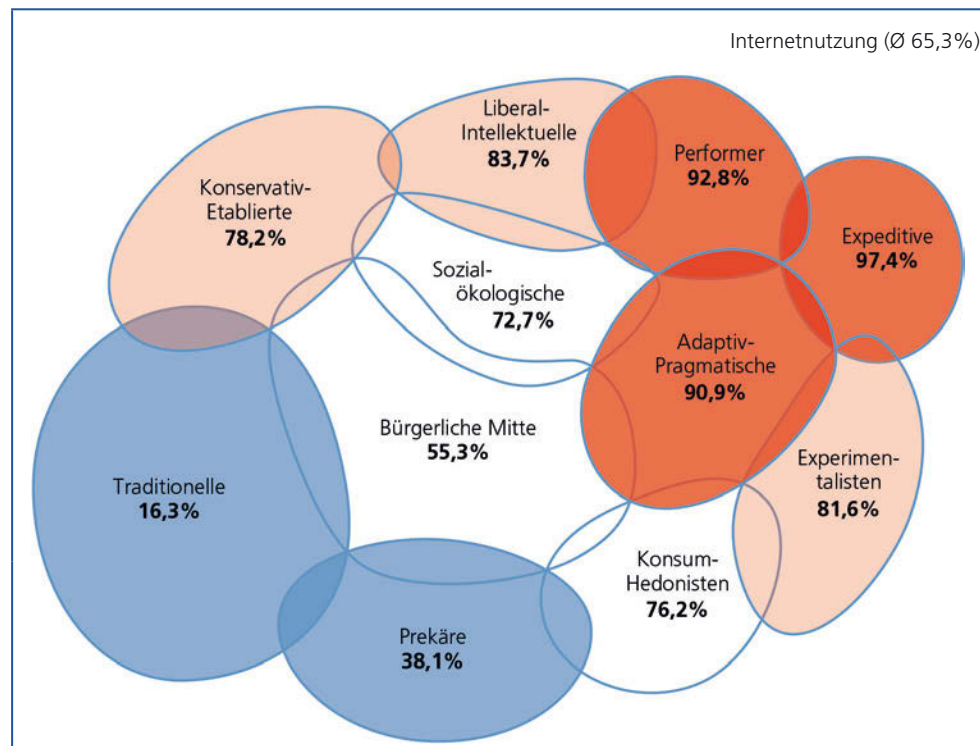
¹³⁴ (N)Onliner Atlas 2011, S. 42 ff.

¹³⁵ (N)Onliner Atlas 2011, S. 16

¹³⁶ (N)Onliner Atlas 2011, S. 17

¹³³ (N)Onliner Atlas 2011, S. 14

Abbildung 121: Internetnutzung nach Milieus



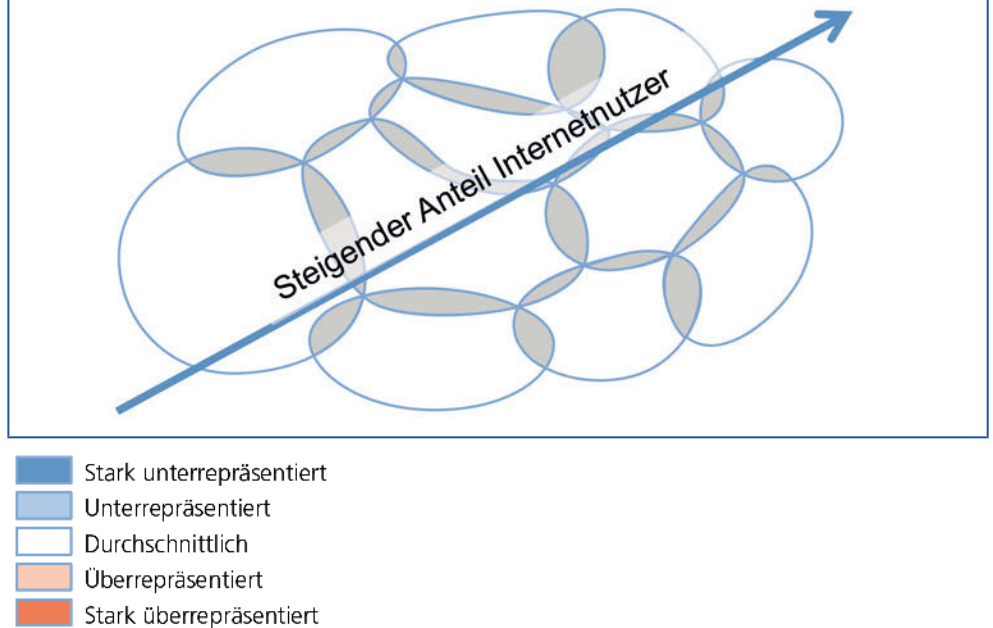
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.129 Fälle

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen einen Einfluss auf die Internetnutzung nehmen. Anhand dieser soziodemografischen Variablen lassen sich erste Ableitungen für die Milieus treffen.¹³⁷

In der Abbildung „Internetnutzung nach Milieus“ ist erkennbar, dass besonders die Traditionellen und das Milieu der Prekären stark unterrepräsentiert sind, wenn es um

¹³⁷ Anmerkung: Die Angaben zu den Milieus beziehen sich auf die Daten der Typologie der Wünsche 2013 II – hier werden Onliner nicht explizit definiert wie im (N)Onliner Atlas; wir ziehen hier diejenigen heran, die angeben, das Internet bzw. World Wide Web zu nutzen – der Anteil der Onliner ist damit geringer als im (N)Onliner Atlas. Unterschiede bei Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen fallen hier aber ähnlich aus und lassen sich auf die Milieus übertragen.

Frage: „Nutzen Sie zur Zeit zumindest gelegentlich das Internet bzw. das World Wide Web?“
Antwort: ja; Zusammenfassung: privat, beruflich oder im Rahmen der Ausbildung



die Internetnutzung geht. Dieser Befund geht Hand in Hand mit den Ergebnissen des (N)Onliner Atlas und lässt sich ebenso auf die Bildung und das Haushaltsnettoeinkommen übertragen. Als eine Art „Faustregel“ kann also festgehalten werden, dass der Anteil der Internetnutzer von links unten nach rechts oben im Milieumodell immer weiter ansteigt. Besonders die (sehr) jungen und gut gebildeten Milieus sind deutlich überrepräsentiert.

Allerdings sagt dieser Befund noch nichts über die eigentliche Art und Weise der Internetnutzung in den einzelnen Milieus aus. Wie sich die einzelnen Milieus mit dem Thema Internet und Sicherheit auseinandersetzen, hat zum Beispiel eine Studie des

Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) in Zusammenarbeit mit dem Sinus-Institut untersucht.¹³⁸

Insgesamt unterscheidet die Studie mit Blick auf Vertrauen und Sicherheit im Netz sieben Internetmilieus:

- Internetferne Verunsicherte
- Ordnungsfordernde Internet-Laien
- Unbekümmerte Hedonisten
- Verantwortungsbedachte Etablierte
- Postmaterielle Skeptiker
- Effizienzorientierte Performer
- Digital Souveräne

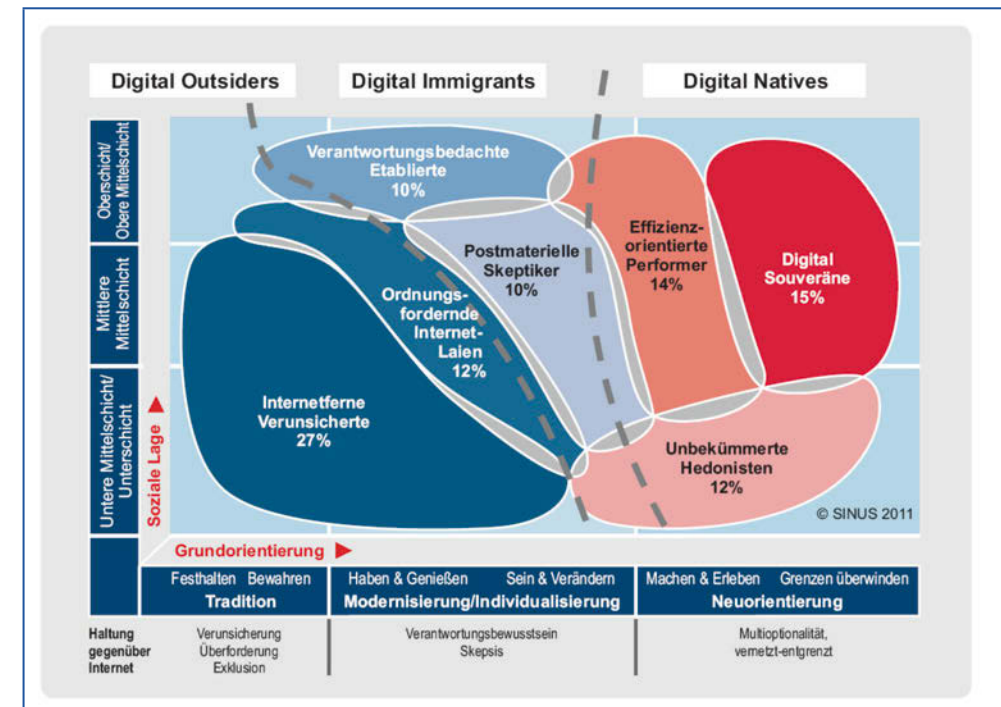
Diese Internetmilieus können wiederum in drei Segmenten zusammengefasst werden: die Digital Outsiders, die Digital Immigrants und die Digital Natives. Alle werden durch einen ihnen spezifischen Umgang mit dem Internet charakterisiert.

So sind die Digital Outsiders entweder offline oder verunsichert im Umgang mit dem Internet. Für sie stellt das Internet „eine digitale Barriere vor einer Welt dar, von der sie sich ausgeschlossen fühlen“¹³⁹.

Die Digital Immigrants hingegen bewegen sich nach dieser Studie zwar regelmäßig im Internet, tun dies aber nur sehr selektiv. „Sie sind in der digitalen Welt nicht aufgewachsen und stehen vielen Entwicklungen sehr skeptisch gegenüber“, insbesondere den Themen Sicherheit und Datenschutz.¹⁴⁰

Die Digital Natives bewegen sich am selbstverständlichsten im Internet, sie stehen allen Entwicklungen positiv gegenüber und sehen darin eine Chance. „Für sie stellt die digitale Welt einen wesentlichen Teil des Lebens dar.“¹⁴¹

Abbildung 122: Internetmilieus zu Vertrauen und Sicherheit im Netz



Quelle: DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet, 2012

¹³⁸ Weitere Informationen zum DIVSI und der Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet: [22.03.2012]; Download der Studie unter: https://www.divsi.de/sites/default/files/presse/docs/DIVSI-Milieu-Studie_Gesamtfassung.pdf [22.03.2012]

¹³⁹ DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2012), S. 34

¹⁴⁰ DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2012), S. 34

¹⁴¹ DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2012), S. 34

Leitmilieus und Kommunikation

Konservativ-Etablierte, Liberal-Intellektuelle und Performer ähneln sich in vielen Aspekten der Kommunikation. Wer mit ihnen kommunizieren will, muss darauf vorbereitet sein, dass man es hier mit kommunikativ sehr anspruchsvollen Milieus zu tun hat, die auf einem (sehr) hohen Niveau kommunizieren, also auch durchaus mit Experten und fachlichen Termini mithalten und aufwarten können.

Die Arena – das kommunikative Umfeld

Das Umfeld bzw. Netzwerk dieser Milieus ist im Vergleich zu anderen Milieus sehr groß und ausgedehnt. Allerdings gilt hier zu bedenken, dass das direkte Umfeld sich dennoch durch Homogenität auszeichnet. Man bleibt gerne unter sich, hier weiß man, worauf man sich einlässt. Und obwohl die Performer über ein vielfältiges soziales Netzwerk verfügen und Vielfalt in ihrem direkten Umfeld begrüßen, lassen auch sie sich durch ein gewisses „Entre Nous“ charakterisieren. Sie sind in diesem Milieusegment allerdings auch die einzigen, die sich auf (engere) Kontakte mit anderen Milieus einlassen würden, denn Vielfalt sehen sie als Bereicherung und Anregung für das eigene Leben.

Für alle Leitmilieus hat das berufliche Umfeld mit Blick auf die Kommunikation eine große Bedeutung, denn hier fühlen sie sich (kommunikativ) zu Hause und können zeigen, was sie können. Besonders die stark wettbewerbsorientierten Performer haben hier Reibungspotenziale, die sie brauchen, um sich in Szene zu setzen. Insbesondere Performer spiegeln in ihrer Kommunikation auch ihre Wettbewerbsorientierung: Ihr Umfeld (egal ob beruflich oder privat) ist ihre Bühne, hier können sie sich inszenieren, hier wollen sie dominieren. Dabei trennen sie oft nicht zwischen beruflicher und privater Bühne; die Trennung ist unscharf, die Grenzen verwischen hier. Sie sind immer offen für neue Kontakte, diese können durchaus auch zeitlich und loyal begrenzt sein, Hauptsache ist, dass sie mit ihnen etwas „gewinnen“, ihren Horizont erweitern, sie herausfordern, ihnen neue Eindrücke bieten.

Bei den Konservativ-Etablierten stellt sich die Kommunikation etwas anders dar: Sie haben noch gelernt, zwischen privater und beruflicher Lebenswelt zu trennen, und ebenso machen sie es auch bis heute. Sie kommunizieren in „funktional“ unterschiedlichen Arenen. Dabei kommt jeder Arena, also beispielsweise Familie, Beruf, Freunde, ein anderer Kommunikationsstil zu. Kommunikation muss eben ordentlich, gesittet und dem Umfeld bzw. der Situation angepasst ablaufen. Die Konservativ-Etablierten bewegen sich zudem in einem sehr homogenen Umfeld. Auch deshalb kommunizieren sie in



erster Linie mit statusadäquaten Milieus und haben wenig Kontakt zu entfernteren Milieus (zum Beispiel Prekären oder Expeditiven). Sie achten stark auf ihr Umfeld, und auch in ihrer Nachbarschaft gilt, dass diese das eigene Niveau nicht unterschreiten darf.

Die Liberal-Intellektuellen verhalten sich ganz ähnlich wie die Konservativ-Etablierten und bevorzugen ein eher homogenes Umfeld. Bei ihnen ist das auch daran erkennbar, dass sie oft in einem Umfeld wohnen, dass ihrem eigenen Lebensstil sehr entgegenkommt. Zwar tragen sie eine grundsätzliche Offenheit gegenüber anderen Lebensstilen vor sich her, wird es allerdings „soziokulturell“ zu fremd und anders, stoßen sie mit ihrer Offenheit schnell an Grenzen. Ausnahmen bilden hier Menschen, die ihren Wissensdurst und das Selbstkonzept kosmopolitischer Offenheit und kulturellen Interesses bedienen. Wie bei den Performern muss das Umfeld bzw. die kommunikative Arena anregend und interessant sein.

Die Kommunikationsziele

Die Kommunikation der Leitmilieus ist grundsätzlich sehr zweckorientiert, sie muss einen Sinn haben und zielgerichtet sein. Kommunikation hat in diesem Zusammenhang auch einen sehr stark identitätsbildenden Charakter – sie zeigen damit, wer sie sind, was sie sind und dass man jemand ist, es zu etwas gebracht hat, etwas erreicht hat oder sich auch noch vieles vorgenommen hat, wie zum Beispiel ihre gute Bildung, die sich in ihrem Kommunikationsstil widerspiegelt. Kommunikation muss, salopp ausgedrückt, etwas bringen, einen selber weiterbringen, einen Mehrwert haben und zielorientiert sein – wer sich also auf diese Milieus einlässt, muss sich der Zielorientierung dieser Milieus bewusst sein. Mit sozialem Geplänkel, ein paar Floskeln kommt man hier nicht weiter. Diese Milieus wollen etwas geboten bekommen, von dem sie selber glauben, dass sie es bieten können: Niveau, Wissen, Stil und auch Intellektualität.

In diesem eher funktionalen Charakter von Kommunikation ähneln sich die Milieus stark. Sie unterscheiden sich jedoch hinsichtlich des Zwecks der Kommunikation in einigen Aspekten (siehe Tabelle). Außerdem gibt es in der Kommunikation miteinander auch immer Dinge, die man zeigen, und Dinge, die man vor anderen verbergen möchte. Auch hier unterscheiden sich die Milieus in einigen Punkten:

	Konservativ-Etablierten	Liberal-Intellektuelle	Performer
Zweck von Kommunikation	Für sie ist ein gepflegtes Socializing ein guter Kommunikationszweck, ebenso Beziehungspflege (auf sehr funktionelle Art und Weise), Networking und die Absicht, sich zu bilden. Ihre Kommunikation wird selten sehr persönlich und rein beziehungsorientiert. Kommunikation ist für sie eine kognitive Angelegenheit und sachorientiert.	Kommunikation ist Lebenselixier, Diskutieren und Reflektieren ist das Ziel, die Dinge durchdringen und kritisch hinterfragen. Kommunikation kann aber auch einfach Information sein, etwas erfahren, etwas weitergeben.	Kommunikation ist wichtig, macht Spaß und hilft den Performern, ihre Ziele zu erreichen, also Menschen zu überzeugen, etwas (auch sich selber) zu verkaufen, um etwas Nützliches zu erfahren – Kommunikation ist Mittel zum Zweck.
Das wollen sie zeigen:	Das, was ihnen im Leben selber wichtig ist: Beständigkeit, Kontinuität, Berechenbarkeit, Erwartbarkeit – mit ihnen gibt es keine Überraschungen; man bekommt das, was man erwartet. Sie wissen, wo sie in der Gesellschaft stehen, welchen Platz sie haben – sie wissen, dass sie etwas geschafft haben; sie wissen, wer sie sind und um ihren „Preis“. Dass sie mitdenken, dass sie in vielen Dingen Bescheid wissen, aber auch nicht über Dinge reden, von denen sie nichts wissen Dass sie helfen können, für Probleme eine Lösung finden können, die Dinge und ihr Leben unter Kontrolle haben	Dass sie gute und zivilisierte Menschen sind, die wissen, wer sie sind und was sie leisten können Ihr Wissen, ihre Beschlagenheit, ihr kritisches Denken und Auseinandersetzen mit allen Dingen, die ihnen wichtig erscheinen – sie denken mit, sie haben etwas zu sagen und wollen genau deshalb in ihrer Meinung/ihren Ansichten gehört werden. Alle Tugenden, die man ihrer Meinung nach haben sollte – also Offenheit, Reflektiertheit, Toleranz	Ihre Selbstsicherheit, Zielorientierung, Effizienz, Effektivität – dass sie etwas bewegen können und Teil der Lösung sind, nicht des Problems „Ich bin ein Macher“ – sie packen an, wollen etwas bewegen, mitmachen, mittendrin statt nur dabei. Erfolg, Optimismus, Rationalität, Führungsqualitäten – wer sich mit ihnen zusammentut, kommt sicher ans Ziel. Ihr ausgedehntes Netzwerk – sie sind öffentlich und haben sehr gute Kontakte. Dass auch ihr Privatleben erfolgreich ist – es ist das, wovon andere träumen, und darauf sind sie stolz.

	Konservativ-Etablierten	Liberal-Intellektuelle	Performer
Das wollen sie verbergen:	Ihre Angst vor dem Kontrollverlust, eigene Schwächen und Selbstzweifel, Naivität und Blauäugigkeit – sie sind ernstzunehmende Menschen, dazu passen Selbstzweifel und Naivität nicht. Verfehlungen und Verstöße gegen die eigenen moralischen und ethischen Regeln Familienprobleme, auch die passen nicht zum eigenen Selbstbild – nach außen präsentieren sie die „heile Welt“, in der eine zerrüttete Ehe oder Streit mit den eigenen Kindern keinen Platz haben.	Dass sie falsch liegen, obwohl sie und alle anderen es eigentlich hätten sehen müssen (z. B. die Präsentation falscher Tatsachen, das Ziehen falscher Schlüsse) Ungerechte und oberflächliche Einordnung anderer – das passt nicht zu ihrem Selbstbild und ihrer Definition von Toleranz und Offenheit. „Political Correctness“ betreiben sie deshalb schon als Vorsichtsmaßnahme. Aus ihrer Sicht unverstellte direkte und unzivilisierte Gefühle, wie blanke Wut oder tiefer Hass Unsachlichkeit – man kann eigentlich über alles reden und sollte Dinge/Probleme sachlich angehen, nicht persönlich und emotional aufladen. Unterlegenheit, ganz besonders auf intellektueller Ebene	Schwächen – sie wollen weder gegenüber anderen noch gegenüber sich selber durch Schwächen auffallen. Hilflosigkeit und Kontrollverlust – etwas nicht in der Hand zu haben, nicht weiter wissen, ist für sie katastrophal. Autonomieverlust und offenkundige Fremdbestimmung – sie sind es, die bestimmen und Dinge in die Hand nehmen und anpacken. Misserfolg, Niederlagen, bloß gestellt werden, zum Beispiel durch Unwissenheit, Ahnungslosigkeit, Naivität, Vertrauenslosigkeit, Menschen-Unkenntnis. Privates Scheitern – Probleme im Privatleben dürfen nicht nach außen dringen. Sie wollen nicht negativ auf andere wirken – sie sind erfolgreich in jeder Hinsicht; alles, was sie negativ darstellt, passt nicht in dieses Bild.

Der Vergleich macht es deutlich: Kontrolle spielt in diesen Milieus eine große Rolle. Dabei bezieht sich die Kontrolle nicht unbedingt darauf, dass Dinge (das Leben im Allgemeinen, aber auch kleinere Probleme, Unstimmigkeiten im Berufs- und Familienleben etc.) aus den Fugen geraten können, sondern darauf, dass das Selbstbild, welches diese Milieus von sich haben, nach außen getragen wird und andere Leute sie genauso auch wahrnehmen. Den eigenen Regeln und moralischen Vorstellungen nicht gerecht werden zu können, kann hier schon als Kontrollverlust gelten. Deshalb ist es für sie auch so wichtig, nach außen genau dieses Bild zu präsentieren: Sie sind in jeder Hinsicht

erfolgreich, haben im Leben etwas geschafft und arbeiten (zum Teil sehr) hart dafür. Fehlritte, Unwissenheit, Naivität passen nicht in das Bild, das sie von sich selber haben und von dem sie wollen, dass andere sie genauso sehen.

Ebenso spielt die Angst vorm Scheitern in ihrem Leben eine große Rolle: Sie wollen in der Welt und in der Gesellschaft bestehen und weiterkommen, beruflich wie auch privat. Sie wollen anderen mit gutem Beispiel vorangehen. Das geht aus ihrer Sicht natürlich nur, wenn man nicht scheitert bzw. versagt, Fehler macht, sich nicht an die eigenen Regeln hält, seinen eigenen Ansprüchen nicht gerecht werden kann.

Der Kommunikationsstil

Die Kommunikationsziele der Leitmilieus spiegeln sich auch in ihrem Kommunikationsstil wider. Der Kommunikationsstil ist dem der öffentlich-rechtlichen politischen Talkrunde sehr nahe: Kommunikation findet auf einem hohen sprachlichen Niveau statt und spiegelt wider, dass man sich auskennt, mitreden kann. Auch deshalb ist ihre Kommunikation mehr oder weniger stark mit entsprechenden Codes gespickt. Sie kennen sich aus, und das können sie kommunikativ auch zeigen. Sie können (und wollen!) mitreden und sind dabei in der Lage, das sprachliche Niveau von Experten zu halten. Das zeigen sie auch gerne.

Für alle Milieus in diesem Segment haben Sprache und Kommunikation eine große Bedeutung. Sprache ist Ausdrucks- und Stilmittel. Die ausgewählte Ausdrucksweise ist ihr kommunikatives Statussymbol und fester Bestandteil ihrer Identität. Zu ihrem Leben und ihrem Lebensstil gehört es dazu, sich gewählt und stilvoll auszudrücken und sich dadurch auch von anderen Milieus abzuheben und zum Teil abzugrenzen.

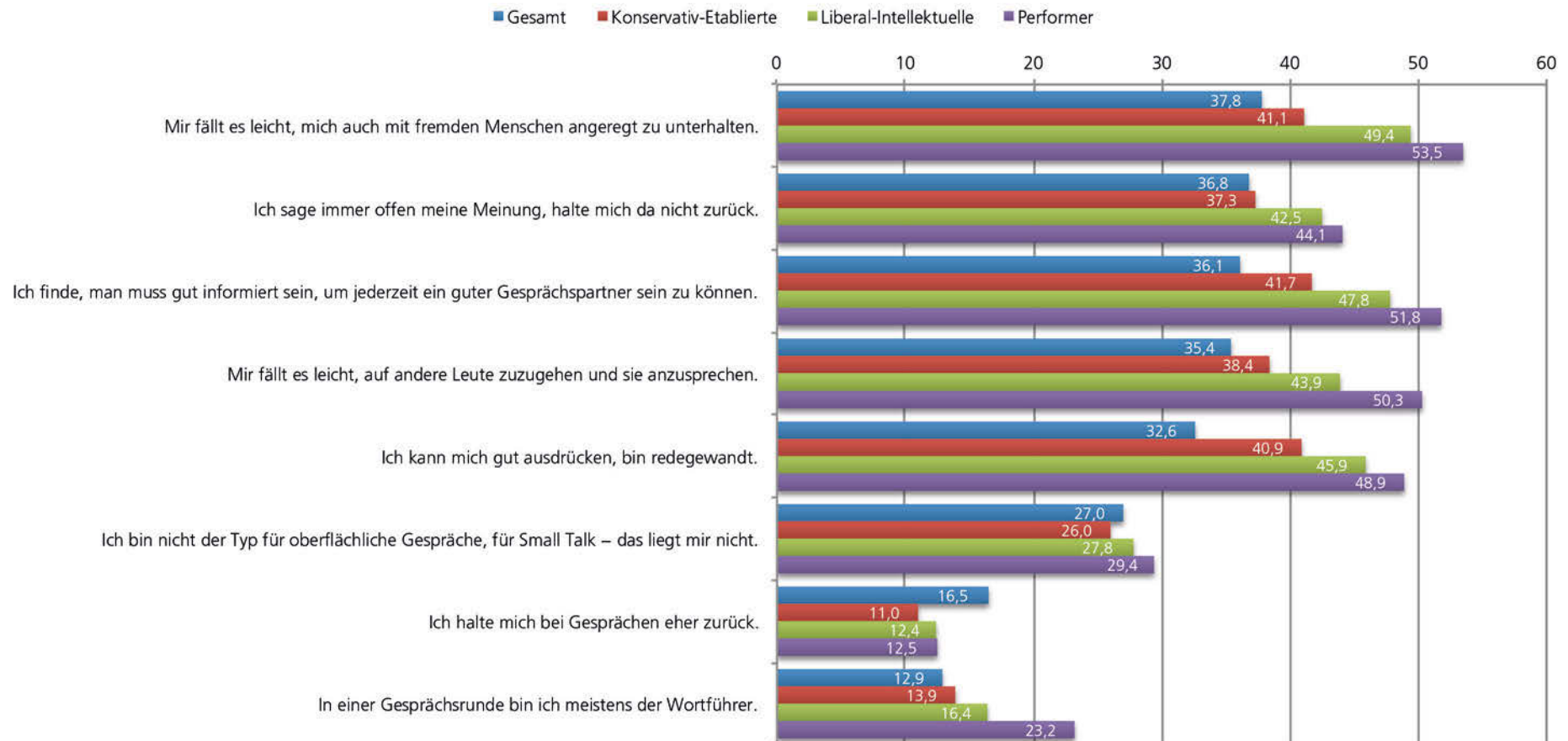
Besonders die Konservativ-Etablierten achten bei sich, aber auch bei anderen auf die ganze Erscheinung, und das gilt auch für die Kommunikation. Sie legen viel Wert auf einen gepflegten, zeitgemäßen, aber nicht extravaganten Stil und setzen dabei deutlich erkennbare lebensstilistische Signale. In Erscheinung, Auftreten und Kommunikation ist ihnen ein gehobenes bis exklusives Niveau wichtig. Das zeigt sich darin, dass ihnen viel an einem gepflegten Umgang mit der deutschen Sprache liegt. Sie drücken sich klar und ungekünstelt aus, bleiben dabei sachlich und direkt. Sie gehören zu den intellektuellen Milieus, aber im Gegensatz zu den Liberal-Intellektuellen kommunizieren sie nicht gewollt intellektuell. Sie verfügen über einen überdurchschnittlichen Wortschatz und wissen ihn anzuwenden, allerdings sind sie in der Hinsicht nicht so vielseitig und heterogen wie andere Milieus, vor allem die Expeditiven, Experimentalisten, aber auch

Abbildung 123: Leitmilieus – Kommunikationsweise

Angaben in Prozent

Frage: „Auf diesen Seiten geht es um Ihre ganz persönliche Einstellung zu verschiedenen Lebensbereichen. [...] Wir möchten gerne wissen, inwieweit diese für Sie persönlich zutreffen.“

Antwort 5 + 6 (Antworten auf einer 6er-Skala: 1 = „trifft überhaupt nicht zu“, 6 = „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Performer. Die Konservativ-Etablierten kommunizieren auf eine Art und Weise, die eng an ihre eigenen Wertvorstellungen geknüpft ist: mit Vernunft, einer klaren Linie folgend, verantwortungsvoll und sachlich.

Der Kommunikationsstil der Liberal-Intellektuellen ist im Vergleich zu dem der Konservativ-Etablierten weniger geradeaus. Liberal-Intellektuelle Kommunikation ist durch und durch intellektuell getränkt. Darin spiegelt sich zum einen ihr Denken und ihr Hang zur Komplexität. Zum anderen macht es ihren Kommunikationsstil recht kompliziert, denn sie reden oft verklausuliert. In ihrer Art und Weise zu kommunizieren strotzen sie vor Wissen, argumentieren gerne über Umwege und nehmen Gegenargumente schon mal vorweg. Ihrer verwinkelten Argumentation zu folgen, fällt nicht leicht und stellt viele vor eine Herausforderung. Das bedeutet aber auch, dass sie rhetorisch stark sind, sie kommunizieren strategisch und diskursiv, sind wortstark und im Gegensatz zu den Konservativ-Etablierten in ihrer Kommunikation sehr variantenreich. Ein und denselben Sachverhalt aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten, zu reflektieren und auch so zu verbalisieren, fällt ihnen nicht schwer und macht sie in ihrer Kommunikation ausgefeilt und wirkungsmächtig. Allerdings kann es bei aller Argumentation auch sein, dass sie nur langsam zum Punkt kommen. Der eine würde sie dann wohl genau dazu gerne auffordern, andere mögen sich fragen, ob sie einfach nur nicht ehrlich und direkt ihre Meinung sagen wollen. Dennoch, Sprache ist eindeutig ihr Statussymbol, über das sie ihre eigene Identität immer wieder bestätigen können und ihr Selbstbewusstsein, ihre Souveränität und ihr Durchsetzungsvermögen demonstrieren. Sprache und Kommunikation ist ihnen also auch ein Ausdruck von Bildung. Sie kommunizieren oft in ganz eigenen Codes, die für andere, die diese Codes nicht beherrschen, nur schwer oder auch gar nicht nachvollziehbar und verständlich sind. Allerdings beherrschen Liberal-Intellektuelle ihre eigenen Codes am besten – mit denen anderer Milieus tun sie sich oft schwer (zum Beispiel die der Konsum-Hedonisten oder Expeditiven).

Mit Blick auf die Wahl der Sprache ähneln sich Liberal-Intellektuelle und Performer zum Teil: Beide Milieus übernehmen in ihrer alltäglichen Kommunikation ihre Berufssprache und entsprechende kommunikative Codes. Sie deuten das als Zeichen von Kompetenz, hängen andere Milieus aber unter Umständen in Gesprächen damit ab. Im Gegensatz zu den Liberal-Intellektuellen sind die Performer jedoch in ihrer Kommunikationsweise viel direkter und geradeheraus. Wo Liberal-Intellektuelle so wirken, als würden sie um etwas herumreden, dringen Performer ohne Zögern zum Kern der Sache vor, folgen einem roten Faden und kommunizieren logisch, strukturiert und übersichtlich. Sie beziehen eine klare Position, und das ist ihnen auch bei anderen wichtig. In ihrem logischen

und geradlinigen Denken haben sie die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte aufzubrechen, und arbeiten diese dann auch kommunikativ sequentiell und Schritt für Schritt ab. Sie sind „Macher“, packen Dinge praktisch an, wollen schnell und effektiv zum Ziel kommen. Für sie ist wichtig zu wissen, wieso, weshalb und warum sie etwas machen sollen, wie es funktionieren soll und was das Ziel ist. Bekommen sie darauf keine aus ihrer Sicht adäquate Antworten, ist es gut möglich, dass sie das Interesse verlieren. Dabei sind sie in ihrer Art und Weise zu kommunizieren nicht unhöflich, jedoch haben sie in ihrer Kommunikation keine starke Neigung zum Ausdruck von Gefühlen oder gar zu Gefühlsausbrüchen. Ganz im Gegenteil, aus ihrer Sicht starke emotionale Reaktionen sind ihnen peinlich, sie können sie gar als „Anbiedern“ wahrnehmen. Ihr Duktus ist bestimmt durch Rationalität und oft sehr geschäftsmäßig.

Der Kommunikationsstil der Leitmilieus ist also geprägt durch ihre zum Teil ausgesprochen gute Bildung – sie verfügen in vielen Themenbereichen über Vorwissen bzw. können sich erforderliches Wissen für ihnen fremde Sachverhalte schnell aneignen und einsetzen. Mit ihnen zu kommunizieren, kann sehr ergiebig sein, sie sind gute „Sparingspartner“; oft sehen sie auch Zusammenhänge, die einem selber nicht aufgefallen wären. Ihre Art und Weise zu kommunizieren ist im Kontext der Stadtentwicklung (gerade wenn es um integrierte Stadtentwicklung geht) durchaus fruchtbar, doch sie stellen nicht nur Vertreter von Städten, Kommunen und Verwaltungen vor eine Herausforderung, sondern auch andere Milieus.

Kommunikation mit anderen – Konfliktpotenziale und Herausforderungen

Die Leitmilieus haben einen hohen Anspruch an ihre eigene Kommunikation – und diesen Anspruch stellen sie auch an andere. Gerade bei den Liberal-Intellektuellen kann es für andere Teilnehmer einer Bürgerversammlung zur Herausforderung werden, ihrer komplexen und ausschweifenden Argumentation zu folgen.

Bei den Liberal-Intellektuellen führen der sehr komplexe Kommunikationsstil und die (aus-)gewählte Ausdrucksweise gerade innerhalb der Leitmilieus zu Wertschätzung, denn sie sind meist gut gebildet und erfolgreich im Beruf. In Auseinandersetzungen hinterfragen sie, sind kommunikativ und tragen wichtige Zweifel vor. Gerade für die Konservativ-Etablierten macht sie das zu respektablen Diskussionspartnern. Für den Geschmack der Performer sind sie in ihrer Kommunikation hin und wieder zu umständlich. Für andere Milieus jedoch schlägt sich ihr Kommunikationsstil in Überdross und Antipathie nieder. Ihre Tendenz zur Besserwisseri, zur Zerlegung von Themen, Aufga-

ben oder Sachverhalten nehmen andere als Überheblichkeit und Arroganz wahr – das gilt vor allem für die Prekären, aber auch die Kritisch-kreativen Milieus. Gerade diese Milieusegmente gehören zu jenen, die nur schwer mit den Liberal-Intellektuellen warm werden. Entweder bewundern sie sie oder aber sie fühlen sich von ihnen eingeschüchtert. In beiden Fällen bleibt eine Distanz bestehen, die für den weiteren Kommunikationsverlauf hinderlich sein kann.

Im Großen und Ganzen sind die Performer allen Milieus gegenüber offen. Besonders dann, wenn diese als „Stakeholder“ ihre Sache mit unterstützen, am gleichen Strang ziehen, sind Performer ganz pragmatisch offen und professionell, bilden nach Bedarf Allianzen, zum Beispiel mit den Adaptiv-Pragmatischen und Expeditiven, aber auch mit flexiblen Liberal-Intellektuellen und nicht zu altmodischen Konservativ-Etablierten. In der Hinsicht probieren sie gerne aus, denn wenn es nicht funktioniert, dann ist das auch nicht schlimm. Mit Blick auf die Liberal-Intellektuellen sind Performer der Intellektualität durchaus gewachsen, sie drücken sich selber jedoch nur ungerne so aus. Den Duktus der Intellektuellen nutzen sie nur rein funktional, um mithalten zu können, Paroli zu bieten, auf Augenhöhe zu kommunizieren und um nicht als der Unterlegene zu gelten. Performer gehen aber auch oft schnell und zuweilen aggressiv auf Distanz zu denen, die sich als Missionare und Moralisten, Ideologen und „Gutmenschen“, Bedenkenträger und Bürokraten präsentieren – das kann mitunter auch auf die Liberal-Intellektuellen zutreffen. Sie grenzen sich aber auch von jenen ab, die ihrer Meinung nach „Loser“ oder „Jammerlappen“ sind, denen aus ihrer Sicht eine ordentliche Portion Eigeninitiative und Engagement fehlt. Entsprechend können sie erhebliche Probleme mit den Sozialökologischen haben, zum Teil auch mit Traditionellen und Konsum-Hedonisten. Prekäre spielen in ihrem Leben zuweilen keine Rolle. Allerdings stoßen sie mit dem, was sie verkörpern und nach außen tragen, also vor allem ihrem Ehrgeiz und beruflichen Erfolg, andere Milieus ab und laufen Gefahr, in die Negativklischees von „Consultants“ bzw. „typischen Beratern“ („Die würden alles für Geld tun.“) verortet zu werden, was für Distanz und letztendlich eine schwierige Kommunikation sorgt. Gerade ihre Direktheit, die Eigenschaft Dinge selber in die Hand zu nehmen und zu führen, sowie die Tatsache, dass sie sich um Political Correctness nicht immer kümmern, kann dazu führen, dass sie von anderen Milieus als arrogant und herablassend wahrgenommen werden.

Die Konservativ-Etablierten haben kommunikativ vor allem mit den Milieus keine Probleme, die ähnlich ticken, denken, kommunizieren, ähnliche Wertvorstellungen haben. Liberal-Intellektuelle sind vor diesem Hintergrund respektable Kommunikationspartner, vorausgesetzt, sie tragen ihre Intellektualität nicht zu sehr vor sich her. Auch mit

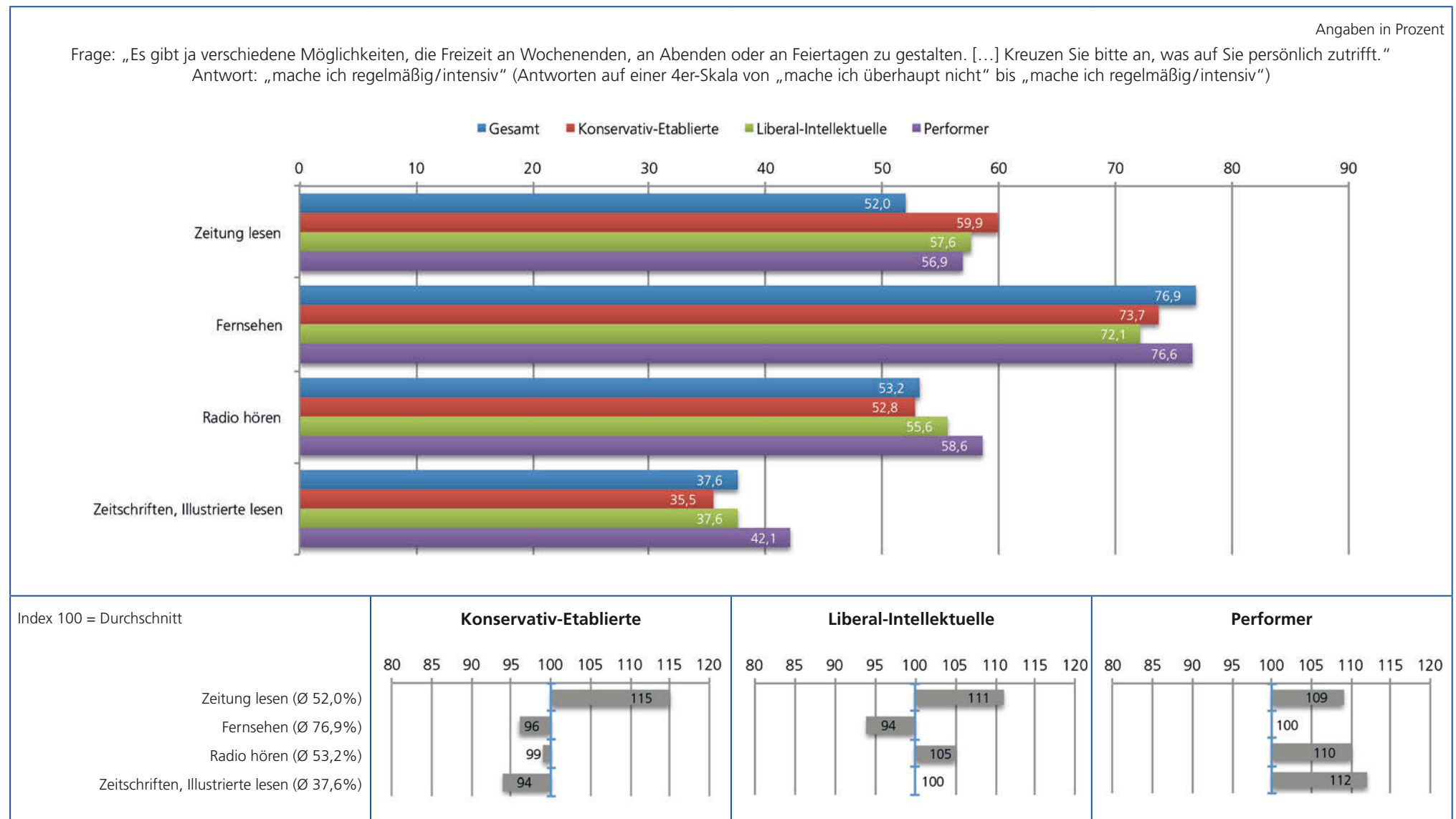
den Traditionellen kommen sie zurecht, hier gibt es wenig Konfliktpotenzial. Gleiches gilt für die Bürgerliche Mitte und die Adaptiv-Pragmatischen, vor allem Letztere sind aus Sicht der Konservativ-Etablierten patente junge Leute. So sehr Konservativ-Etablierte und Performer sich in manchen Punkten ähneln (klare, direkte Kommunikation ohne Umwege), so unterschiedlich sind sie doch in vielen Einstellungen; und das führt dazu, dass eine Zusammenarbeit mit den Performern nur eingeschränkt möglich ist, zum Beispiel dann, wenn Performer nicht den „Platzhirsch“ geben, die Kontrolle an sich reißen und nicht ausschließlich in ihrem Habitus und Ethos der Erfolgreichen und Aufstiegsorientierung auftreten. Ein wirkliches Problem haben sie hingegen mit den Milieus der Sozialökologischen, den Konsum-Hedonisten und den Prekären. Die Prinzipien und Prioritäten, nach denen die Sozialökologischen leben, lassen sich für sie nur schwer nachvollziehen; das damit zusammenhängende Moralisieren liegt ihnen fern. Die Prekären sind ihnen in ihrer Lebenswelt ebenso fremd, allerdings unterstellen sie ihnen wohl auch, dass sie sich nicht genügend anstrengen, zu wenig Ehrgeiz haben. Der Konflikt mit den Konsum-Hedonisten beruht wohl auf Gegenseitigkeit. Das, was die Konsum-Hedonisten schon provokant infrage stellen (im ganz großen Sinn die Gesellschaftsordnung), dient den Konservativ-Etablierten als Orientierung.

Mediennutzung – Welche Kanäle nutzen sie?

Mit Blick auf die verwendeten Kommunikationskanäle und Medien unterscheiden sich die Milieus innerhalb dieses Segments zum Teil stark. Das Fernsehen bildet auch hier das beliebteste Medium, allerdings nutzen Konservativ-Etablierte und Liberal-Intellektuelle das Fernsehen im Vergleich zum Durchschnitt und zu anderen Milieus leicht unterdurchschnittlich. Zeitung wird hingegen in allen Milieus in diesem Segment leicht überdurchschnittlich gelesen. Der Nutzen scheint in diesem Milieusegment auch klar: Informationsbeschaffung. Es gehört in diesem Segment einfach dazu, über das alltägliche Geschehen in Politik und Wirtschaft Bescheid zu wissen, und nicht selten ist dieses Wissen im Beruf unabkömmlich – gerade für die Performer spielt dieser Aspekt eine wichtige Rolle. Hinzu kommt, dass Informationen und Wissen besonders bei den Liberal-Intellektuellen und Performern eine große Bedeutung haben – man muss es sich aneignen, um anderen zeigen zu können: „Ich weiß Bescheid, was passiert, ich bin am Geschehen in meinem Umfeld und darüber hinaus interessiert!“ Der Unterhaltungswert der hier aufgeführten Medien spielt keine dominante Rolle.

Bezüglich des Fernsehens scheinen besonders jene Formate bzw. TV-Genres eine Rolle zu spielen, die sich um Informationen im Bereich Politik, Wirtschaft, Kunst und Kultur

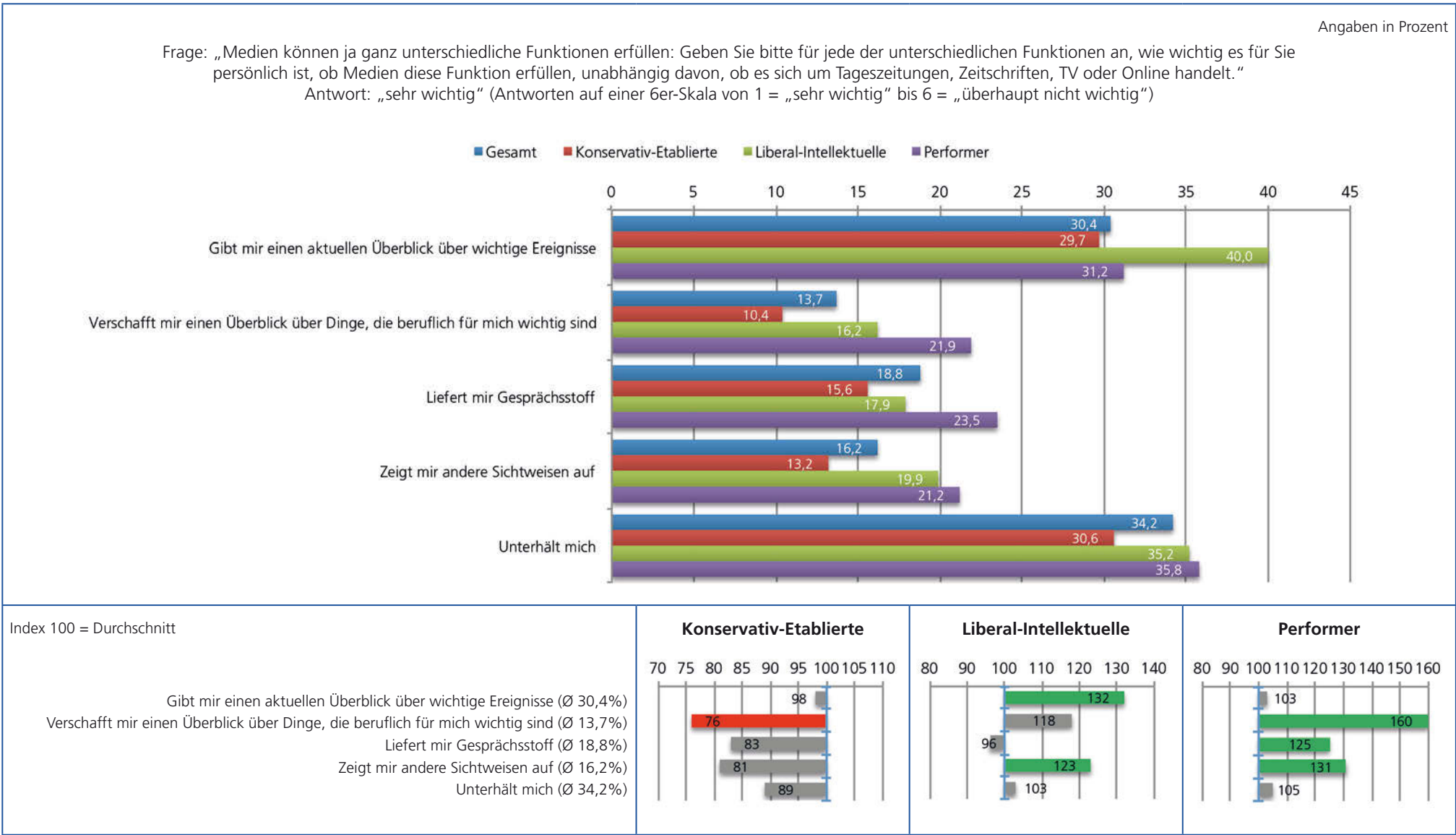
Abbildung 124: Leitmilieus – Mediennutzung in der Freizeit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

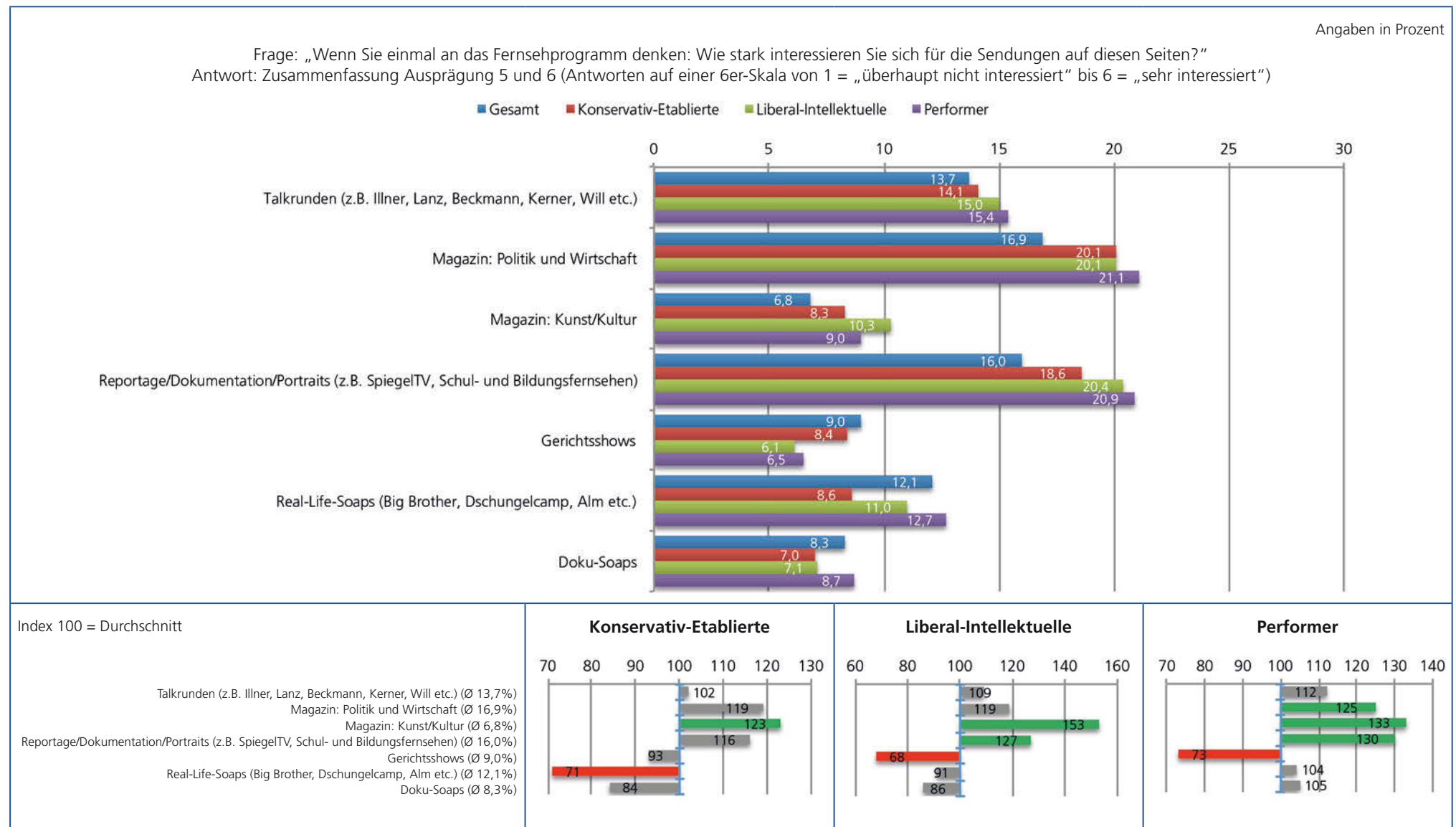
■ Durchschnittliche Zustimmung

Abbildung 125: Leitmilieus – Funktionen von Medien



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 126: Leitmilieus – TV-Genres



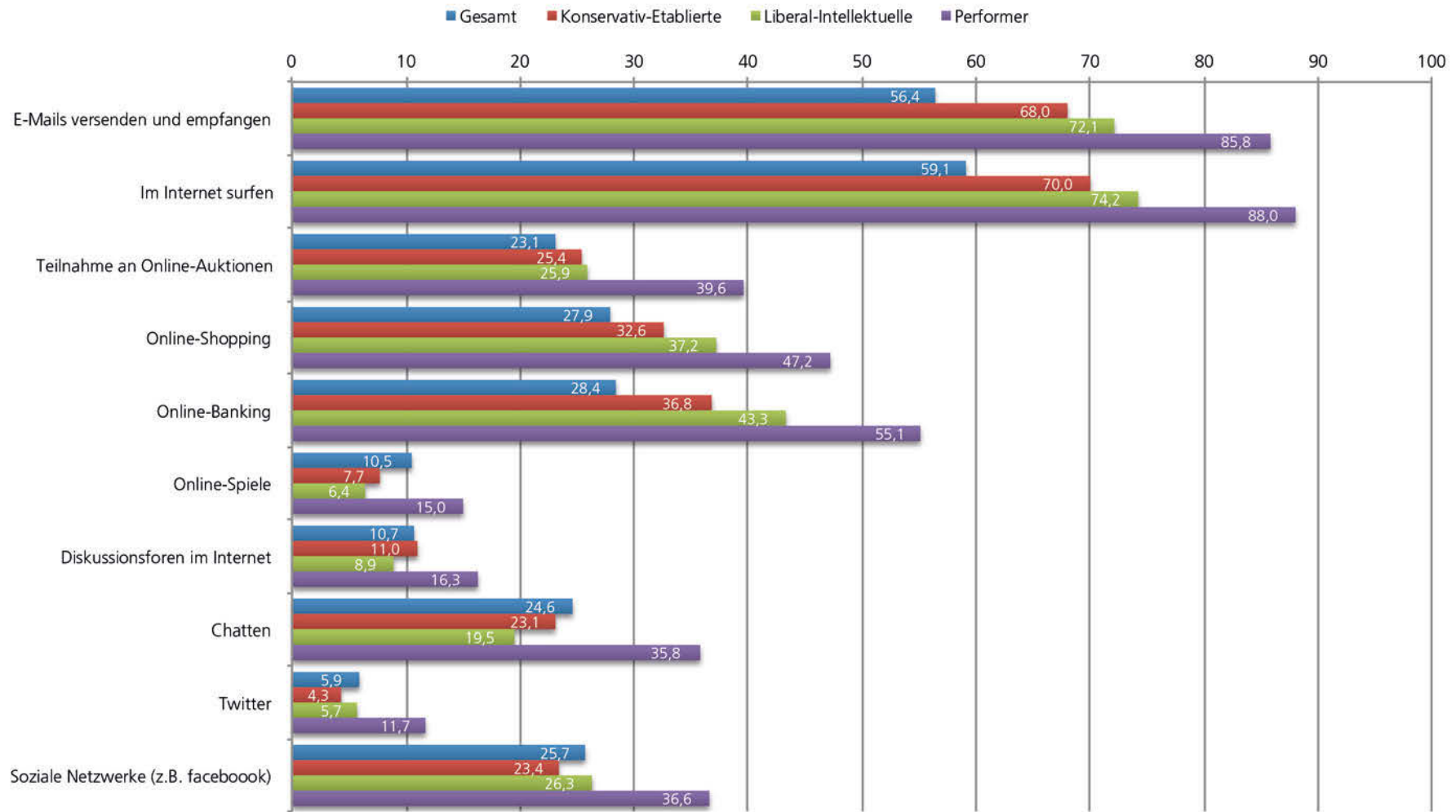
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

■ Unterdurchschnittliche Zustimmung; ■ Durchschnittliche Zustimmung; ■ Überdurchschnittliche Zustimmung

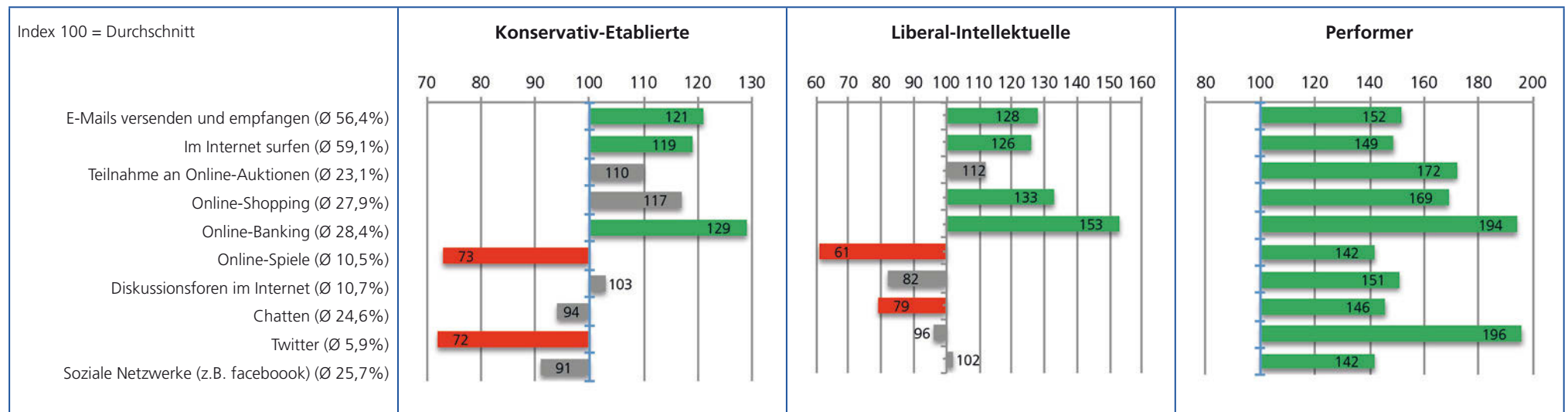
Abbildung 127: Leitmilieus – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen

Angaben in Prozent

Frage: „Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie privat persönlich, unabhängig davon, welches Gerät bzw. welche Technologie Sie dazu verwenden?“
 Antwort: Zusammenfassung Ausprägung „regelmäßig“ und „gelegentlich“ (Antworten auf einer 4er-Skala von 1 = „überhaupt nicht“ bis 4 = „regelmäßig“)



Fortsetzung Abbildung 127



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

■ Unterdurchschnittliche Zustimmung; ■ Durchschnittliche Zustimmung; ■ Überdurchschnittliche Zustimmung

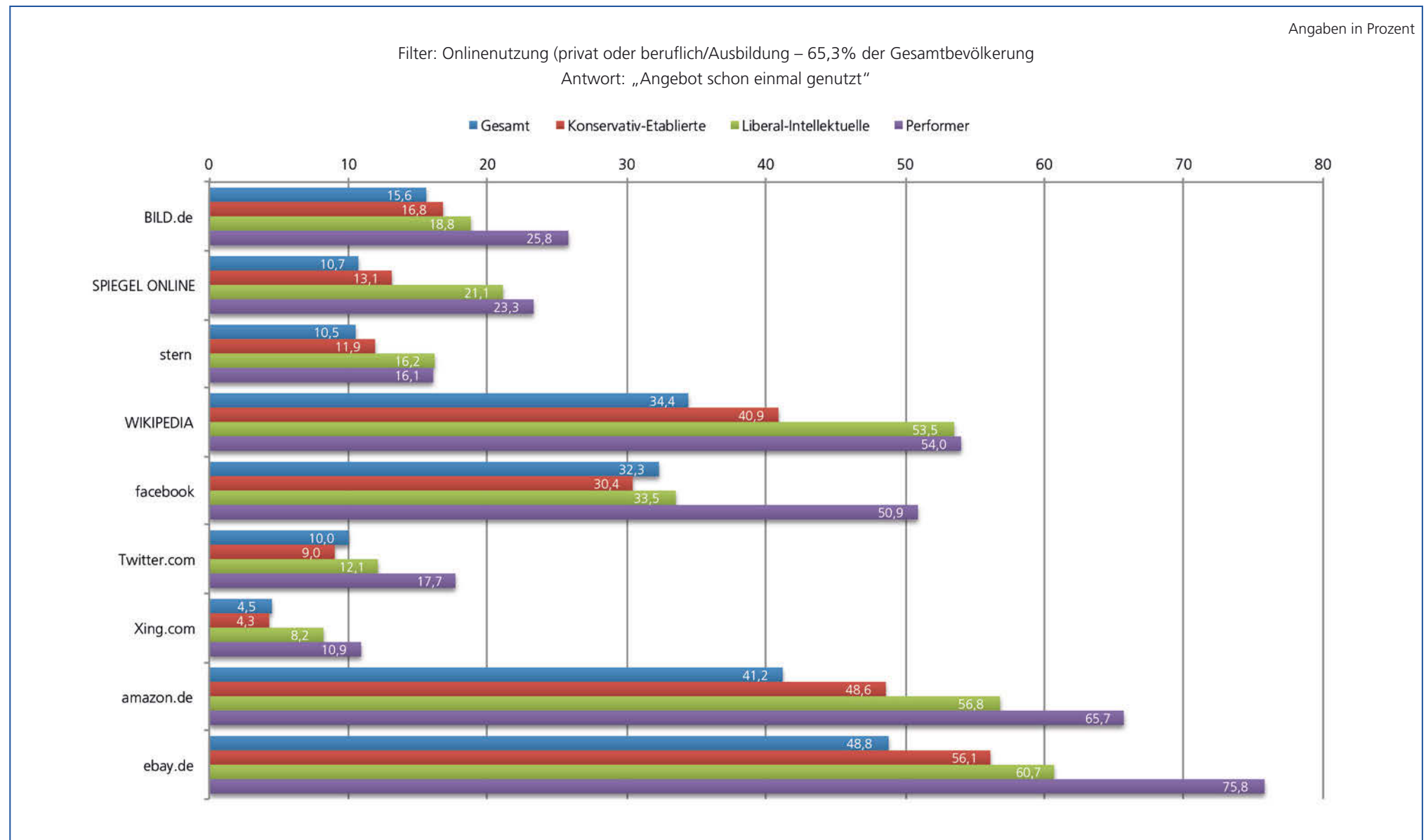
bewegen. Auch Formate aus den Bereichen Reportage, Dokumentationen wecken hier größeres Interesse als Formate und Genres, die sich vor allem durch einen hohen Unterhaltungswert auszeichnen. Bei den Leitmilieus kann davon ausgegangen werden, dass hier das Bedürfnis nach Information bedient werden soll. Gerade beim Milieu der Performer ist zu vermuten, dass sie ein außerordentlich starkes Bedürfnis danach haben, immer auf dem aktuellen Stand zu sein. Es bleibt hier zu berücksichtigen, dass sie viele ihrer medialen Aktivitäten auch auf das Internet ausgeweitet oder gar verlagert haben – Nachrichten, aktuelle Meldungen, TV-Sendungen etc. können heute einfach via Internet (beispielsweise in den Mediatheken von ARD und ZDF) abgerufen werden. Der Vorteil liegt dabei auf der Hand: Der Nutzer ist nicht an feste Sendezeiten gebunden, sondern kann Sendungen „on demand“ abrufen und schauen, wann er will – eine Möglichkeit, die Performern mit großer Wahrscheinlichkeit sehr entgegenkommt.

Alle drei Milieus in diesem Segment nutzen das Internet überdurchschnittlich oft. Allerdings unterscheiden sich diese Milieus im Umgang mit dem Internet zum Teil stark voneinander. Auffällig ist zunächst die starke Zweckorientierung bei der Internetnutzung: In allen drei Milieus wird überdurchschnittlich oft die Möglichkeit des Online-Bankings

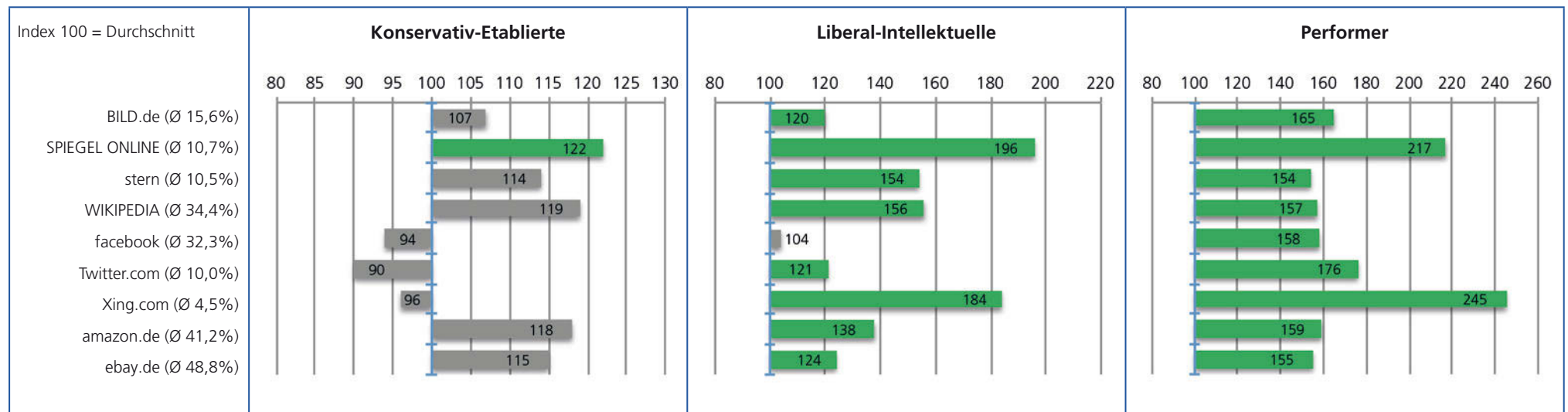
sowie des Online-Shoppings genutzt. Auch das Schreiben von E-Mails ist in diesem Milieusegment weit verbreitet; diese Möglichkeit nutzen alle überdurchschnittlich oft. Gerade bei den Performern zeigt sich hier, dass sie das Internet vielseitig nutzen, und so ist davon auszugehen, dass sie viele Dinge über das Internet erledigen und einige Aktivitäten sogar ganz ins Internet verlagert haben.

Mit Blick auf die Internetmilieus lassen sich die Leitmilieus grob zwei Segmenten zuzuordnen: den Digital Immigrants (Konservativ-Etablierte und Liberal-Intellektuelle) und den Digital Natives (Performer). Weder die Konservativ-Etablierten noch die Liberal-Intellektuellen sind mit dem Internet „groß geworden“; Umgang, Anwendungen und Möglichkeiten mussten sie lernen – und das haben sie getan. Ihre Internetnutzung lässt sich in Anlehnung an die Studie zu den Internetmilieus als zielorientiert, verantwortungsbewusst und selektiv beschreiben. Dabei halten sie ihre auch sonst kritische Grundeinstellung aufrecht – nicht jede Neuerung muss nur gut sein, die Frage ist immer, welche Vorteile sie bietet, aber auch, welche Nachteile sie mit sich bringt. Sie sind sich der Gefahren des Internets durchaus bewusst.

Abbildung 128: Leitmilieus – Schon einmal genutzte Onlineangebote



Fortsetzung Abbildung 128



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

■ Durchschnittliche Zustimmung; ■ Überdurchschnittliche Zustimmung

Performer sind hervorragende Netzwerker, und das spiegelt sich auch in der Art und Weise der Nutzung des Internets wider. Nicht nur, dass sie mehr und mehr Aktivitäten auf das Internet verlagern, sie nutzen auch andere Möglichkeiten zum Teil exzessiv. So nutzen sie beispielsweise weit überdurchschnittlich die Online-Plattform Xing, die in erster Linie dem Aufbau eines beruflichen Netzwerks dienen soll. Sie sind digital absolut versiert und begegnen Technik mit weitaus weniger Skepsis als die anderen beiden Milieus in diesem Segment. Ganz im Gegenteil, sie halten Technik für etwas Tolles, Hilfreiches und vor allem Wichtiges. Die Schnelligkeit, Direktheit und Convenience von Technik und Internet kommt ihrem Effizienzdenken sehr entgegen. Kommunikation kann effektiver ablaufen dank Technik und Web 2.0, sie kommen schneller an ihr Ziel, Kontakte lassen sich einfach halten und organisieren. Anders aber als die Kritisch-Kreativen oder auch die Adaptiv-Pragmatischen nutzen sie die neuen Möglichkeiten weniger emotional und persönlich als vielmehr zweck- und zielorientiert.

Auch die Liberal-Intellektuellen bedienen sich der Onlineangebote. Dabei scheinen Nachrichten ebenso eine Rolle zu spielen wie auch Online-Shopping und Soziale Netzwerke. Auch sie nutzen das Internet auf vielfältige Art und Weise, machen sich viele Angebote zunutze.

Einzig die Konservativ-Etablierten fallen hier hinter den anderen beiden Milieus dieses Segments zurück. Sie stehen der neuen Technik skeptischer gegenüber und sind eher der Meinung, dass Angebote und Anwendungen wie Twitter, Facebook usw. nicht überhand nehmen sollten. Eine persönliche Ansprache wird hier eher wertgeschätzt als eine Ansprache über die vergleichsweise flüchtigen (neuen) Medien.

Zusammenfassend: Kommunikative Dos & Don'ts

	Dos	Don'ts
Konservativ-Etablierte	• Etikette: auf äußeres Erscheinungsbild, angemessenes Auftreten achten	• Übermäßige Verwendung von Fremdwörtern, Anglizismen bzw. Denglisch verwenden, à la „da müssen wir uns jetzt committen“, „wir müssen Output delivern“
	• Augenhöhe herstellen und einhalten	• „Labern“ – zu lange reden, nicht zum Punkt kommen, reines Theoretisieren
	• Überzeugend und mit erkennbarem Ziel kommunizieren: Wo kommen wir her, wo wollen wir hin?	• Mangelnde Selbstständigkeit und Sorgfältigkeit, unzureichende Vorbereitungen (z. B. falsche Fakten in einer Präsentation, Rechtschreibung)
	• Standpunkte begründen, nachvollziehbare und belegbare Fakten liefern, Kompetenz zeigen und belegen	• Starke Emotionalität
	• Positiv sein und Lösungen aufzeigen	
	• Auf der Sachebene kommunizieren	
	• Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein demonstrieren	
Liberal-Intellektuelle	• Umfassende Begründungen, Daten und Fakten liefern und eine Vertiefung dazu anbieten	• Simplifizieren und damit den Eindruck erwecken, man wolle sie unterfordern und damit evtl. etwas verschleiern
	• Informationen gut erschließbar, sinnvoll strukturiert gestalten	• Apodiktischen Formulierungen wählen, die zum Widerspruch reizen
	• Zusammenhänge mit anderen Lebensbereichen herausarbeiten und die Sinnhaftigkeit erläutern, diskutieren lassen	• Auch in Rücksicht auf andere Milieus nicht zu intellektuell werden
	• Sich gut vorbereiten und damit nachhaltiges und langfristiges Denken zeigen	• Pro-forma-Veranstaltungen: Veranstaltungen ohne Offenheit zum „Mitmachen“, Entscheidungs- und Gestaltungsfähigkeiten
	• Als „Sparringspartner“ nutzen	• Keine allzu klare Festlegung auf ein Ziel ohne Spielraum für andere Lösungen – das führt zu Misstrauen
	• Sachlich, rational eine Sache darlegen, begründen und abwägen, relevant bleiben und Vertiefung der Sache anbieten	

	Dos	Don'ts
Performer	• Kommunikative Phantasie beweisen (z. B. durch Vermeidung von „Amtsdeutsch“)	• Kommunikativ zögernd, ausweichend, belehrend oder in gestanzten Formeln agieren, z. B. mit „Amtsdeutsch“
	• Rational und informierend auf Augenhöhe argumentieren	• Theoretisieren und starkes Abstrahieren – Realitätsferne und Träumerei
	• Positiv kommunizieren – betonen, was möglich ist, ergebnisorientiert, konstruktiv	• Passivität, Langsamkeit und Langwierigkeit, Zeitverlust, z. B. durch lange Abstimmungsrunden, Unständigkeit und Bürokratie
	• Sachverhalte mit klaren Fakten belegen, herleiten und begründen	• Wissen abqualifizieren, das Gefühl geben, inkompetent und ahnungslos in der Sache zu sein
	• Erkennbar machen, warum ihre Meinung wichtig und von Bedeutung ist	
	• Ihr Know-how abfragen und nutzen	

Ein Beispiel: Die Politische Talkshow im Stile von Will, Illner, Maischberger, Jauch und Co.

Die Forscher van Eimeren und Gerhard haben bei der Untersuchung von Formaten und Zuschauerstrukturen von Talkshows 1998 festgestellt, dass politische Gesprächsrunden zum einen eine Domäne der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender sind. Zum anderen erreichen sie aber „vor allem ein Publikum mit höherer formaler Bildung und höherem Berufsstatus“¹⁴². Mit Blick auf die diskutierten Themen, Talkgäste und Kommunikationsweisen ist die politische Talkshow besonders für die gut gebildeten Leitmilieus ansprechend. Kommunikation findet hier auf eine Art und Weise statt, die Bildung und Wissen um diese Themen voraussetzt; will man ihr folgen, dann muss man diesem auch sprachlich hohen Niveau gewachsen sein. Allein das mag für die Leitmilieus schon als eine Herausforderung angesehen werden, der man sich gerne stellt. Zudem zeugt es von den eigenen (kommunikativen) Fähigkeiten und Wissen, wenn man in der Lage

142 Birgit van Eimeren/Heinz Gerhard (1998): Talkshows – Formate und Zuschauerstrukturen. Überblick über Entwicklung und Nutzung eines alltäglichen Programmformates, in: Mediaperspektiven 12/1998, S. 600–607

ist, diesen sprachlichen Codes nicht nur folgen, sondern sie auch selber anwenden zu können.

Zudem sind die anwesenden und debattierenden Gäste selber meist aus den Bereichen Politik und Wirtschaft ausgewählt und bestimmen entsprechend den Kommunikationsstil der Talkshow maßgeblich mit. Für die Leitmilieus kann das aus zweierlei Perspektive ansprechend sein: Zum einen können sie sich wohl recht leicht mit den anwesenden Gästen in der Talkrunde identifizieren und mögen von einigen denken, dass sie respektable Persönlichkeiten sind, die es zu etwas gebracht haben, gut gebildet sind und sich für eine Sache ganz und gar einsetzen, z. B. Helmut Schmidt, der besonders unter den Konservativ-Etablierten als Person hohes Ansehen genießen dürfte. Zusätzlich liefern die besprochenen Themen Gesprächsstoff, was wohl für die Performer vergleichsweise wichtig ist. Die Informationen lassen sich in Gesprächen einbringen und zeigen so: „Ich habe mich informiert, ich weiß Bescheid, ich kann mitreden.“ Auf diese Art und Weise können wohl auch die unterschiedlichen dargelegten Sichtweisen sowohl von Performern wie auch Liberal-Intellektuellen genutzt werden. Gerade Letztere analysieren Probleme gerne, gehen den Dingen gerne nach, sodass die unterschiedlichen Sichtweisen und Meinungen, die in der politischen Talkshow (durchaus auch kontrovers) dargestellt werden, für sie äußerst ansprechend sind.

Kritisch-kreative Milieus und Kommunikation

Experimentalisten und Exeditive sind entsprechend ihrer Lebenswelt auch in ihrer Kommunikation kritisch und kreativ. In vielen Aspekten weisen beide Milieus Ähnlichkeiten auf. Aber gerade das Alter führt dazu, dass sich besonders die Exeditiven in manchen kommunikativen Aspekten deutlich von der Kommunikation anderer Milieus abheben, zum Teil auch von den Experimentalisten.

Die Arena – das kommunikative Umfeld

Gemein ist den Milieus des Kritisch-kreativen Segments, dass ihre Arena im Vergleich zu der Arena anderer Milieus sehr groß ist. Beide Milieus haben eine große soziale Reichweite; Freundes- und Bekanntenkreise können durchaus auch gegensätzlich sein und unabhängig voneinander existieren. Ihr Umfeld ist zwar auch geprägt durch ihre Peers (primäre soziale Bezugsgruppen neben den Eltern), geht aber weit darüber hinaus; hier vereinen sich viele unterschiedliche Einflüsse, hier spiegeln sich ihre Interessen, und die können sehr heterogen sein. Widersprüche sind in diesem Zusammenhang kein Problem, sondern eine Bereicherung – je unterschiedlicher, desto besser, interessanter und anregender ist das Umfeld.

Auch ihre überdurchschnittliche Mobilität spiegelt sich in ihrem Umfeld, denn Kontakte gehen über die unmittelbare Umgebung hinaus und erreichen nicht selten internationale Ausdehnungen, beispielsweise durch Work-and-Travel-Aufenthalte im Ausland oder den Erasmus-Austausch während des Studiums.

Kommunikation dient beiden Milieus als Selbstinszenierung, allerdings nutzen sie ihre kommunikative Arena nicht wie die Gesellschaftlichen Leitmilieus als intellektuelle Schaubühne. Die Arena wird genutzt, um zu zeigen, wer man ist. In der Hinsicht soll Kommunikation in erster Linie auch Spaß machen und bringen. Das wird in ihren kommunikativen Zielen ebenfalls deutlich sichtbar.

Die Kommunikationsziele

Kommunikation soll für diese beiden Milieus Spaß machen, und dazu gehört besonders für die Exeditiven, dass sie über Kommunikation zeigen können, wer sie sind, dass sie jemand sind, der etwas zu bieten hat, sich durch vielseitige Interessen auszeichnet. Bei den Experimentalisten spielt zudem auch Abgrenzung eine große Rolle, und Kommunikation dient ihnen dazu, sich von anderen abzuheben und zu zeigen, dass sie nicht



sind wie alle anderen. „Alle anderen“, das sind in diesem Fall vor allem die Milieus des Mainstreams, die „Normalos“; und mit ihrer Kommunikation wollen Experimentalisten demonstrieren, dass sie anders sind als eben diese Milieus, vor allem nicht so (aus ihrer Sicht) spießig.

Für beide Milieus spielt der Spaßfaktor in der Kommunikation eine große Rolle und in diesem Zusammenhang auch die Präsentation der eigenen Person. Sie wollen ohne Umwege zeigen, wer sie sind, ohne drumherum reden, ungekünstelt und nicht aufgesetzt, sondern so, wie sie sich selber sehen: jung, unkonventionell, kreativ, aber auch kritisch. So dient Kommunikation auch der Anerkennung.

	Expeditive	Experimentalisten
Zweck von Kommunikation	Kommunikation als Selbstinszenierung und Selbstdarstellung; zeigen, wer man ist, wofür man steht und dafür Ankerkennung erhalten – respektiert und akzeptiert werden, geachtet werden Kommunikation steht aber auch für Unterhaltung, Inspiration, Anregung und Bewegung, Neues erfahren und erleben. Anerkennung auch dafür erhalten, was sie leisten und zu bieten haben, dass sie als Kommunikationspartner auch etwas können – also auch Selbstbestätigung	Demonstrieren, dass sie anders sind, nicht so wie die Bürgerliche Mitte, sich kommunikativ von anderen bewusst abheben, auch abgrenzen – auch das ist eine Art von Selbstbestätigung.
Das wollen sie zeigen:	Die eigene Meinung, die eigene Person und dass sie beides vertreten können – dass sie sich nicht verstecken brauchen, kreativ, offen und begeisterungsfähig sind	Dass sie anders sind und nicht so wie alle anderen, sich nicht zwingend an Regeln halten, unabhängig und individuell sind – und nicht abhängig von der Meinung anderer
Das wollen sie verbergen:	Dass sie trotz allem statusorientiert sind und nicht immer so expeditiv sind, wie sie meinen, und damit einhergehend, dass sie bei aller Flexibilität auch nach selbst auferlegten Regeln leben und sich zuweilen auch von den durchaus rigiden Regeln ihrer Peers beeinflussen lassen – was die eigentliche Haltung konterkariert	Dass sie wie alle anderen Sorgen und Ängste (z. B. vor Chancenlosigkeit) haben, sich ebenso mit Schwächen, Unsicherheiten und Frustrationen auseinandersetzen müssen, dass ihr Lebenskonzept nicht aufgehen wird, sie nicht ernst genommen werden und sie ebenso wie andere „ganz normale“ Sehnsüchte haben

Im Vergleich zeigt sich, dass beide Milieus ähnliche Kommunikationsziele haben und vor allem Selbstinszenierung und Bestätigung große (kommunikative) Motive sind. Bei den Expeditiven scheint jedoch der Ehrgeiz, mit dem sie ihr Leben in Angriff nehmen, eine große Rolle zu spielen. Sie wollen weiterkommen und wissen, dass eine zielge-

richtete und direkte Kommunikation dabei durchaus helfen kann. Dieses Kommunikationsziel weicht in seiner Motivation von dem der Experimentalisten ab, die zwar Kommunikation ebenfalls als Selbstinszenierung betrachten, dabei aber weniger durch den eigenen Ehrgeiz getrieben werden als mehr durch die Motivation, sich von anderen abzuheben oder gar klar abzugrenzen.

Der Kommunikationsstil

Die unterschiedlichen Kommunikationsmotive und auch Ziele lassen sich auch in den Kommunikationsstilen dieser beiden Milieus wiederfinden. Bei den Expeditiven kommt zudem der oftmals (sehr) gute Bildungshintergrund im Kommunikationsstil zum Tragen: Sie sind in ihrer Kommunikation variabel und flexibel, gestalten ihre Kommunikation so wie ihr Leben und ihren Lebensstil. Sie sind in der Lage, sich mit Blick auf die Kommunikation in ganz unterschiedlichen Situationen strategisch und praktisch anzupassen. Salopp ausgedrückt lassen sie sich als kommunikative Chamäleons bezeichnen, denn sie schöpfen aus einem großen Repertoire an unterschiedlichen kommunikativen Stilmitteln, Assoziationen und vielfältigen Ausdrucksmitteln. Wohl deshalb sprechen sie oft in Bildern, ziehen z. B. Filme und Zitate als (metaphorische) Untermalung herbei, denn Bilder sagen oft mehr als viele Worte. Zudem helfen sie, sich eine Sache zu erschließen, sie besser zu verstehen, ihr Tiefe zu geben und eine (persönlich relevante) Bedeutung zuzuschreiben. In diesem Sinne ist ihre Kommunikation durchaus anspruchsvoll – mit ihren Bildern, ihrer Flexibilität und Variabilität bedienen sie sich oft eigener Codes. Mit der oft bildlichen Sprache können andere nicht viel anfangen oder sind schlicht überfordert. Dieses recht hohe kommunikative Niveau erwarten Expeditive jedoch auch von anderen, denn nur dann bringt ihnen Kommunikation auch selber etwas und ist für sie Anregung und Bereicherung, Spaß und Unterhaltung.

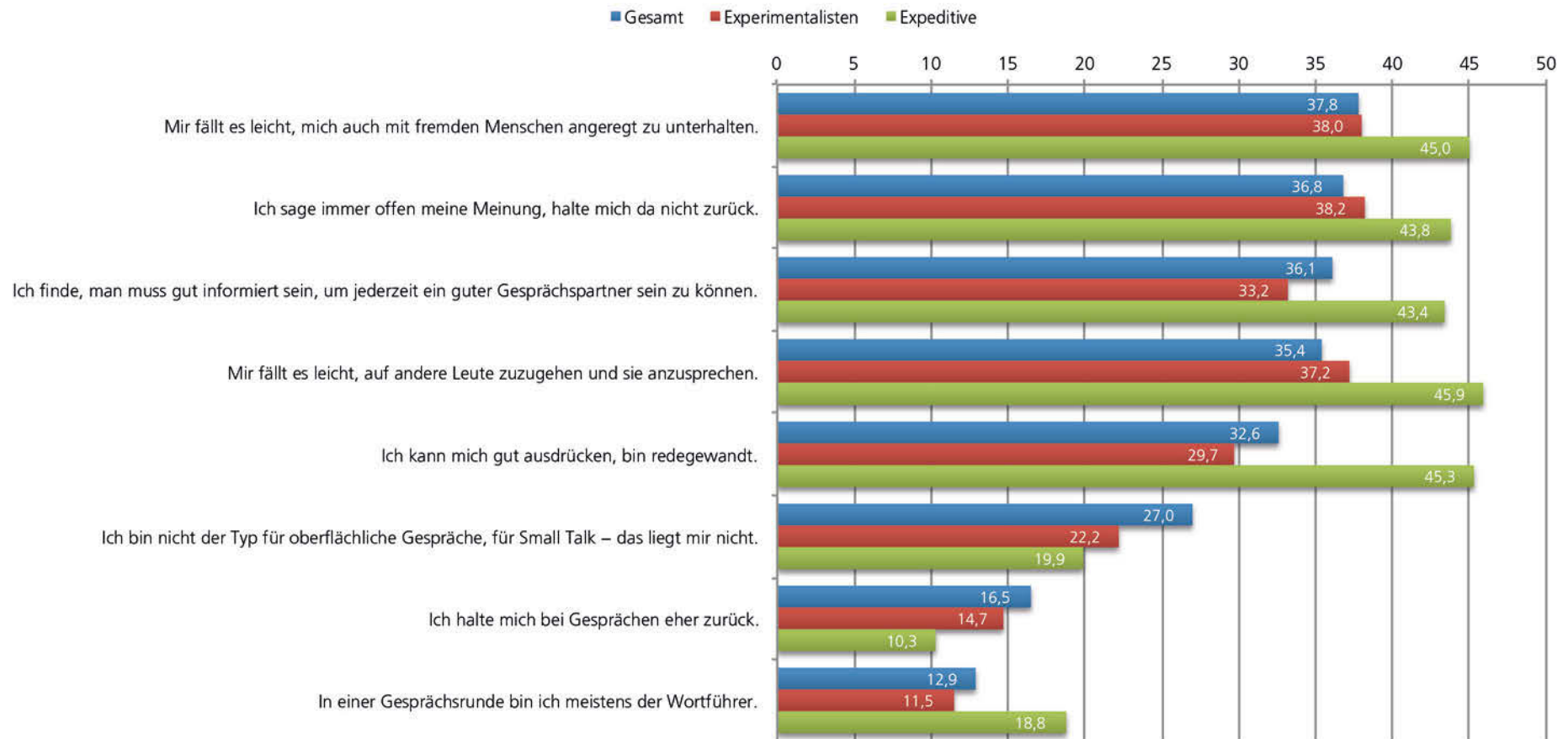
Experimentalisten zeichnen sich durch einen weniger ehrgeizigen Kommunikationsstil aus. Ihr kommunikativer Stil ist auch deshalb weniger ehrgeizig, weil sie damit nicht die gleichen Ziele verfolgen wie die Expeditiven („Ich will zeigen, dass ich etwas zu bieten habe.“). Allerdings heben sie sich in ihrer Kommunikation stark von anderen, besonders den Traditionellen und Mainstream-Milieus ab, und das durchaus beabsichtigt. Ihr Kommunikationsstil verdeutlicht ihr Streben nach Individualität, ihren intensiven Lebensstil und ihre Spontaneität und soll eben dieses Lebensgefühl zum Ausdruck bringen. Dabei gilt zu beachten, dass sie in ihren Lebensstilen ebenso flexibel sind wie die Expeditiven. Er kann sich ebenfalls schnell ändern und damit der entsprechende Kommunikationsstil. In diesem Zusammenhang machen sie erheblichen Gebrauch von

Abbildung 129: Kritisch-kreative Milieus – Kommunikationsweise

Angaben in Prozent

Frage: „Auf diesen Seiten geht es um Ihre ganz persönliche Einstellung zu verschiedenen Lebensbereichen. [...] Wir möchten gerne wissen, inwieweit diese für Sie persönlich zutreffen.“

Antwort 5 + 6 (Antworten auf einer 6er-Skala: 1 = „trifft überhaupt nicht zu“, 6 = „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

kommunikativen Codes. Dabei spielt beim Gebrauch von Codes die Demonstration eines gewissen Status (wie bei den Leitmilieus, aber auch zum Teil bei den Expeditiven) keine Rolle. Der Gebrauch von Codes dient den Experimentalisten der Abgrenzung von anderen. In ihrem Leben wie in ihrer Kommunikation wollen sie sich keinen äußeren Zwängen, vorgeschriebenen und unflexiblen Rollen und Routinen unterwerfen – auch in ihrer Kommunikation gilt: keine Tabus!

Kommunikation mit anderen – Konfliktpotenziale und Herausforderungen

Die kommunikativen Stilmittel und Codes machen die Kommunikation der Expeditiven wie auch der Experimentalisten sehr anspruchsvoll für andere Milieus. Vor allem bei den Experimentalisten gilt es zu beachten, dass das (aus Sicht anderer Milieus) Missachten kommunikativer Regeln zu beiderseitiger Ablehnung führt. Sie selber lehnen die „Spießer“ ab, die sich Regeln unterwerfen, aus ihrer Sicht Zwängen unterliegen und versuchen, diese auf sie zu übertragen. Umgekehrt mag die unkonventionelle Kommunikationsweise der Experimentalisten missverstanden werden, denn ein Tabubruch kann auch schnell als Angriff aufgefasst werden und das eine oder andere Milieu mag sich unangenehm berührt fühlen (vor allem die älteren Milieus). Zudem kann die oft exzessive Verwendung von kommunikativen Codes zu Missverständnissen oder gar Unverständnis führen. Konfliktpotenzial besteht hier in erster Linie mit Traditionellen und der Bürgerlichen Mitte. Gerade die älteren Milieus können sie durchaus merkwürdig oder gar als grob wahrnehmen.

Das hohe kommunikative Niveau der Expeditiven kann ebenfalls zu Missverständnissen bei einigen Milieus führen – hier ist es vor allem der Rückgriff auf kommunikative Bilder und damit zusammenhängende Codes, die zu Schwierigkeiten führen können. Denn um diese Art von Codes zu verstehen, muss man sich in der Welt der Expeditiven etwas auskennen, muss beispielsweise wissen, welche Filme sie mögen und schauen. Gerade aber auch aufgrund ihrer sehr jungen Altersstruktur mag es zu Spannungen mit den älteren, gesetzteren Milieus kommen, unter anderem auch mit den Liberal-Intellektuellen und den Konservativ-Etablierten, denen sie schlicht zu unerfahren und sprunghaft erscheinen mögen.

Auch wenn beide Milieus ganz eigene Sprachen verwenden, so halten sie doch nicht viel vom „Expertensprech“ anderer Milieus, besonders etwa in der Art der Liberal-Intellektuellen. Aber auch mit den Sozialökologischen mag es hier Spannungen geben. Auch wenn sie in ihrer Kommunikation auf ganz eigene Codes zurückgreifen, kom-

munizieren sie sehr direkt und ohne Umwege. Ausschweifendes „Expertensprech“, eine scheinbare (kommunikative) Präzision und technokratisierte Sprache sind für sie ein Problem – diese Ausdrucksweise liegt ihnen nicht, denn für sie eigentlich sinnvolle Mehrdeutigkeiten gehen damit verloren, die Kommunikation kann dann für sie entmenslicht, leer und langweilig wirken. Und Langeweile, auch das gilt für beide Milieus, führt hier schnell in eine kommunikative Sackgasse.

Mediennutzung – Welche Kanäle nutzen sie?

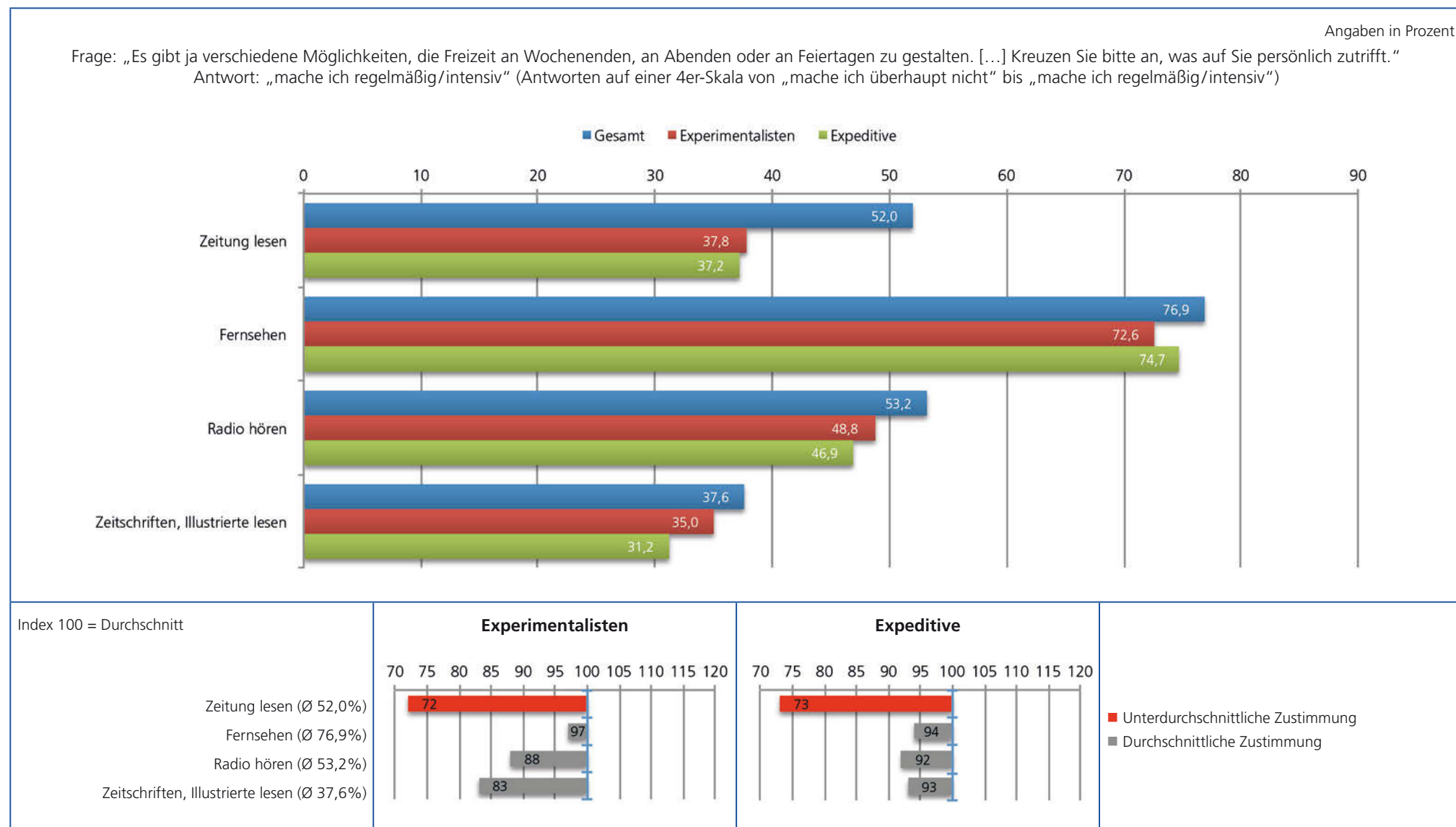
Mit Blick auf die genutzten Kanäle innerhalb dieses Milieusegments fallen bei der Betrachtung der klassischen Medien (also TV, Radio, Zeitungen/Zeitschriften) keine großen Abweichungen zwischen Experimentalisten und Expeditiven auf. Auch bei diesen Milieus wird am häufigsten ferngesehen. Allerdings weichen beide Milieus etwas stärker vom Durchschnitt ab – die klassischen Medien, und ganz besonders Zeitungen, werden (leicht) unterdurchschnittlich genutzt. Dabei scheint der Wunsch nach Informationen für den Beruf, aber auch Gespräche für die Expeditiven eine große Bedeutung zu haben.

Ein Blick auf die TV-Genres offenbart zum Teil große Abweichungen vom Durchschnitt: Vor allem mit Blick auf die beiden Genres der Real-Life-Soaps und der Doku-Soaps zeigen diese beiden Milieus überdurchschnittlich großes Interesse. Hingegen scheinen Talkrunden, Magazine aus Politik und Wirtschaft weniger interessant. Real-Life-Soaps und Doku-Soaps bewegen sich wohl näher an den Kommunikationsstilen und Präferenzen der Kritisch-Kreativen: ohne Umwege und alltagsnah, aber dennoch gespickt mit den eigenen Codes derjenigen, die in solchen TV-Formaten anzutreffen sind.

Überraschend erscheint, dass gerade die nach Information strebenden Expeditiven vergleichsweise wenig Interesse an Talkrunden und Magazinen zeigen. Der Grund dafür mag darin liegen, dass sie ihre Informationen aus anderen Quellen beziehen und hier vor allem auf Onlineangebote und -anwendungen zurückgreifen und viele (mediale) Aktivitäten auf diesen Kanal verlagert haben.

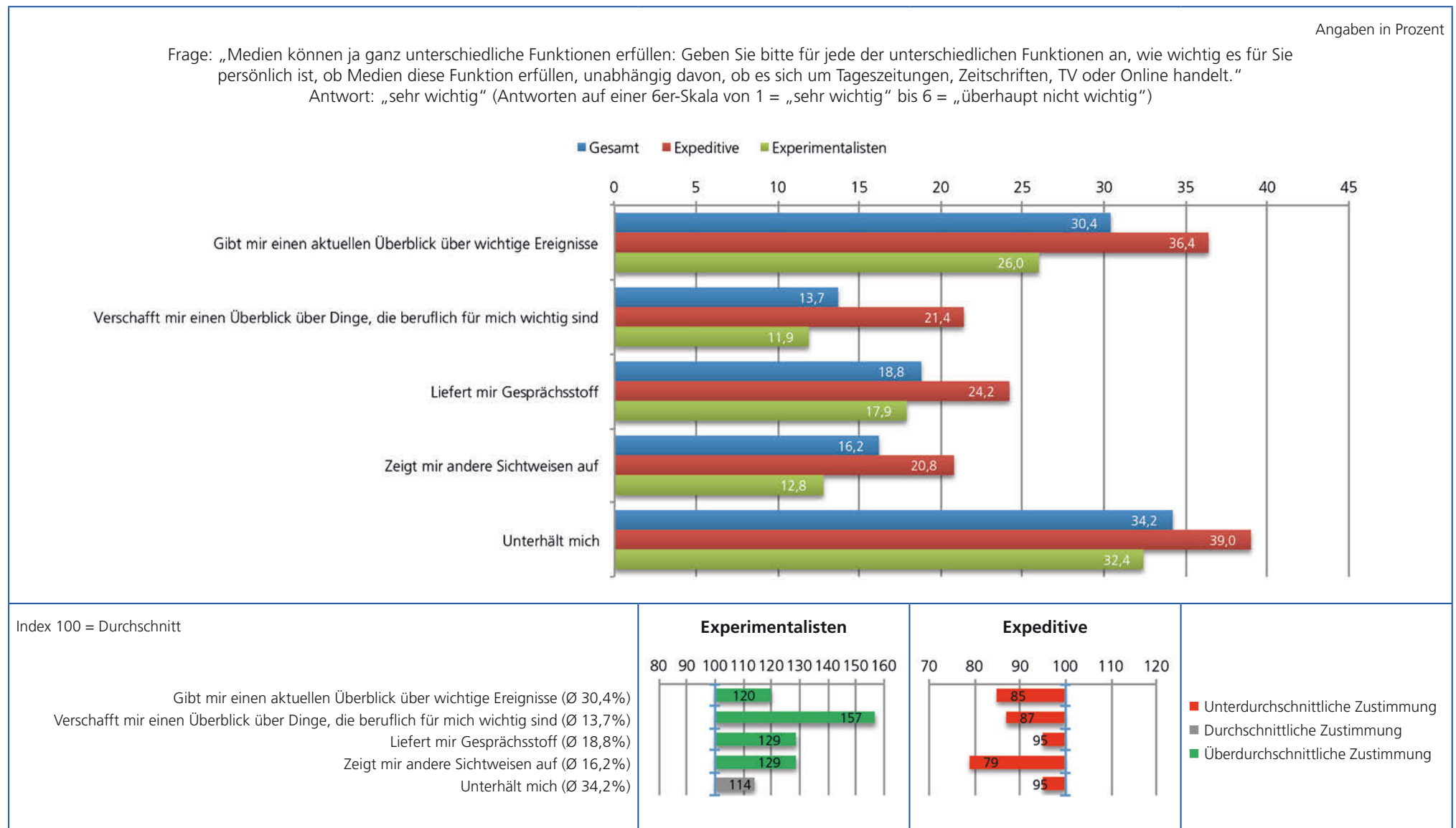
Beide Milieus sind erfahren im Umgang mit den neuen Medien; gerade die Expeditiven werden wahrscheinlich Probleme haben, sich an eine Zeit ohne Internet zu erinnern. Umso weniger überraschend ist es, dass gerade die Expeditiven beinahe exzessiven Gebrauch von ihnen zur Verfügung stehenden Onlinekanälen machen. Was sie von allen anderen Milieus unterscheidet ist, dass sie mit dem Internet und allem, was damit im Zusammenhang steht, sehr wahrscheinlich schon aufgewachsen sind. Und im Gegen-

Abbildung 130: Kritisch-kreative Milieus – Mediennutzung in der Freizeit



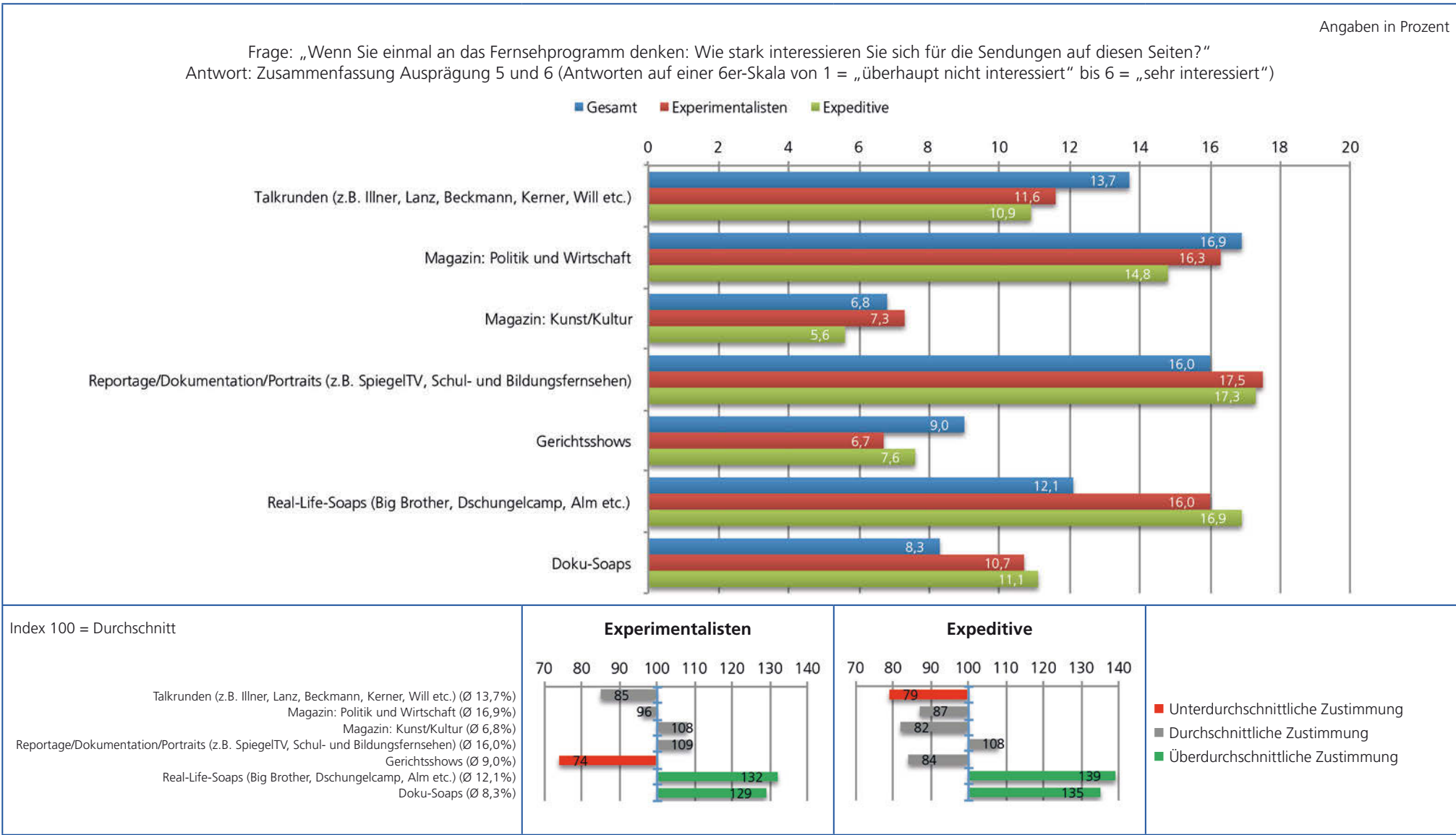
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 131: Kritisch-kreative Milieus – Funktionen von Medien



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 132: Kritisch-kreative Milieus – TV-Genres

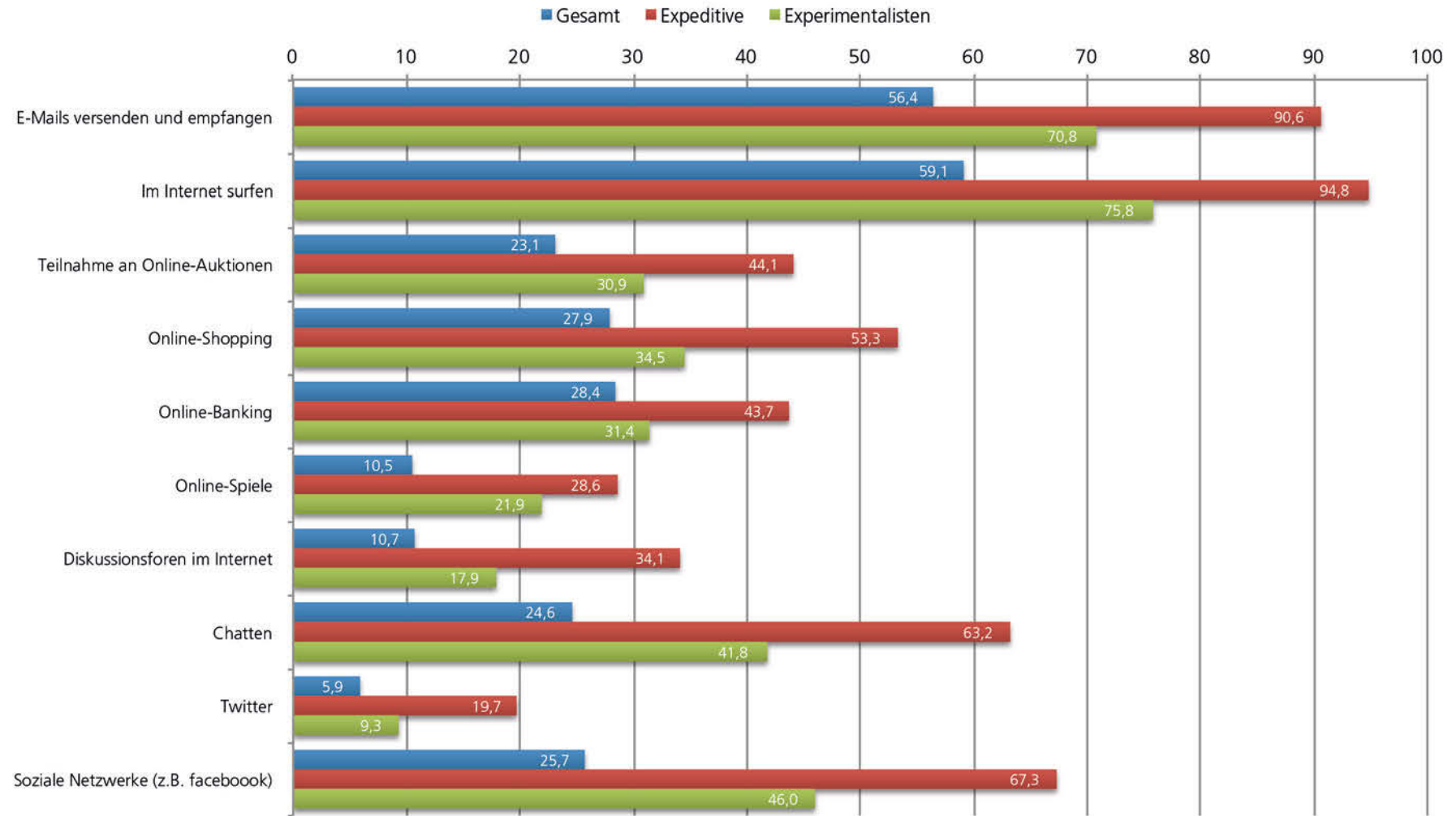


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

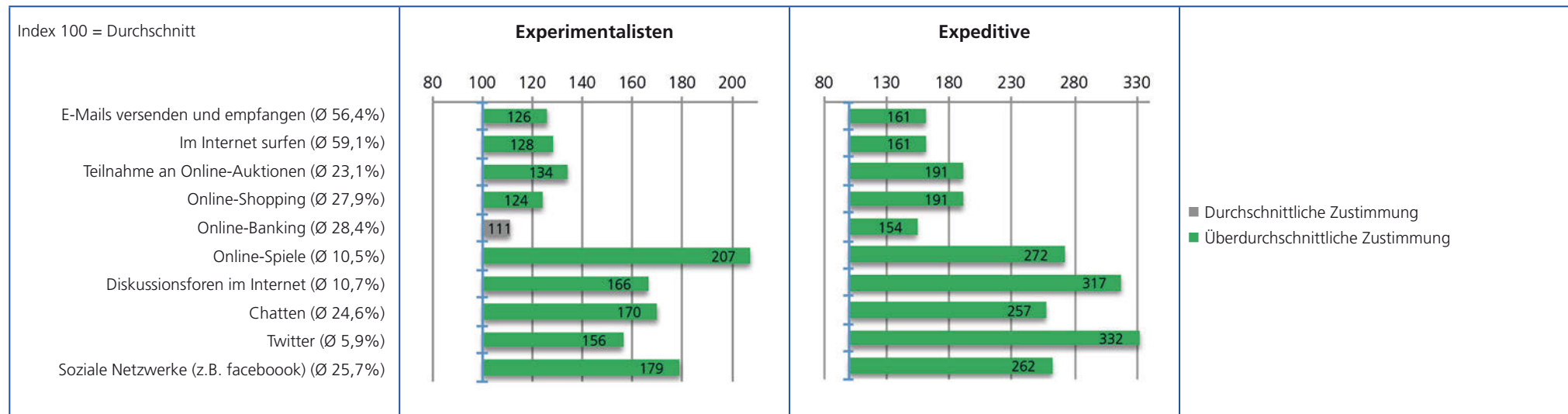
Abbildung 133: Kritisch-kreative Milieus – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen

Angaben in Prozent

Frage: „Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie privat persönlich, unabhängig davon, welches Gerät bzw. welche Technologie Sie dazu verwenden?“
 Antwort: Zusammenfassung Ausprägung „regelmäßig“ und „gelegentlich“ (Antworten auf einer 4er-Skala von 1 = „überhaupt nicht“ bis 4 = „regelmäßig“)



Fortsetzung Abbildung 133



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

satz zu vielen anderen Milieus müssen sie Anwendungen, Wirkungsmechanismen und kommunikative Implikationen nicht erst (für einige mühsam) erlernen. Sowohl Experimentalisten als auch Expeditive lassen sich entsprechend der Internetmilieus des Sinus-Instituts recht eindeutig den Digital Natives zuordnen. Dabei nutzen die Expeditiven die ihnen gebotenen Möglichkeiten, Anwendungen und Angebote des Internets auf deutlich höherem Niveau als die Experimentalisten oder alle anderen Milieus.

Die Betrachtung der Nutzung der hier aufgeführten Anwendungen und Angebote verdeutlicht den Charakter der Digital Natives weiter: In allen Bereichen liegen ganz besonders die Expeditiven sehr weit über dem Durchschnitt und nutzen die ihnen gebotenen Möglichkeiten im Vergleich zu allen anderen Milieus weit überdurchschnittlich. Auch die Verlagerung von Aktivitäten deutet sich hier weiter an: Kommunikation, Nachrichten und Informationssuche, Einkaufen etc. sind Dinge, die sie tendenziell über das Internet machen.

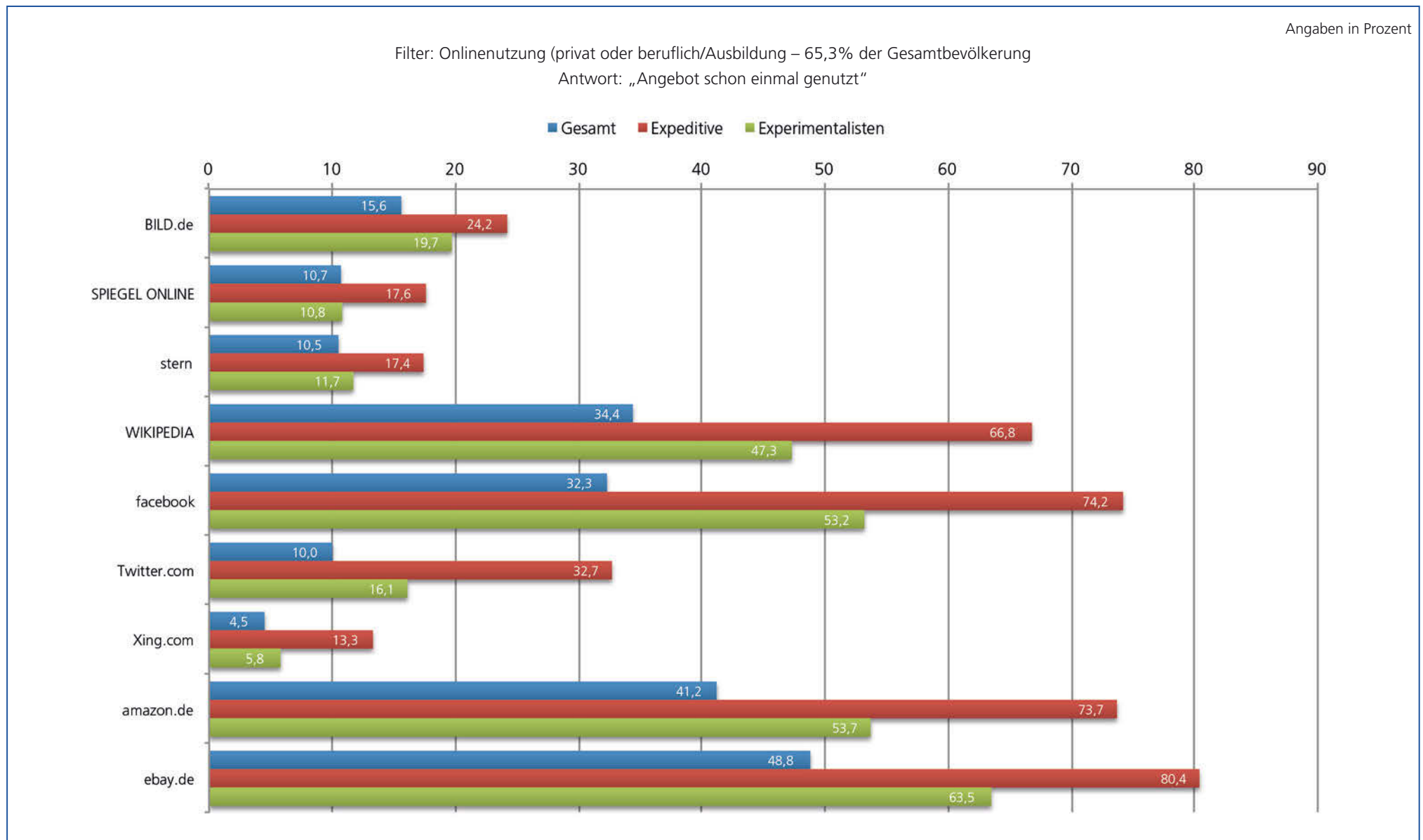
Die Medien- bzw. Kanalnutzung der Expeditiven schlägt sich auch in ihrer flexiblen Kommunikation nieder, denn jeder Kanal, jedes genutzte Medium erfordert eine andere Art von Kommunikation oder eine andere Art von Sprache; und sie sind in der

Lage, ihre Kommunikation an den entsprechenden Kanal, das entsprechende Medium anzupassen und in einem Moment den SMS-Charakter von Twitter zu adaptieren und im nächsten eine ausformulierte E-Mail zu schreiben.

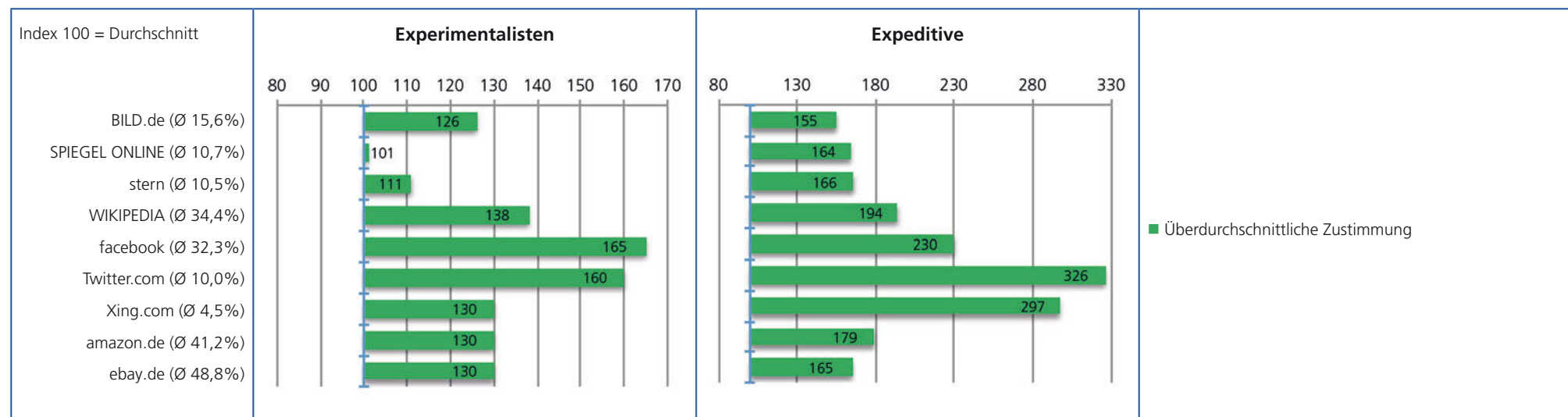
Anders als beispielsweise die Performer nutzen sowohl Expeditive als auch Experimentalisten das Internet und Soziale Netzwerke weniger funktional und stärker persönlich. Vielmehr dient ihnen dieser Kommunikationsraum als ein weiterer Ort der Selbstinszenierung; das Teilen aktueller Befindlichkeiten bei Facebook, Twitter und Co. gehört hier zum „guten Ton“, dient der eigenen Darstellung, dem Aufbau und dem Erhalt von persönlichen Kontakten. Die Grenze zwischen privater und beruflicher Sphäre mag hier auch mal verschwimmen und fließend ineinander übergehen.

Die Analyse verdeutlicht, dass beide Milieus die ihnen gebotenen Medien und (Kommunikations-)Kanäle nicht nur vielfältig nutzen, sondern auch sehr gut wissen, wie sie über sie zu kommunizieren haben. Sie besitzen in dieser Hinsicht eine kommunikative Kompetenz, in der ihnen andere Milieus nachstehen (mit Ausnahme der Performer und mit Einschränkungen auch der Adaptiv-Pragmatischen). Das Problem für andere besteht dabei nicht zwingend in der Vielfältigkeit ihrer Kommunikation, sondern eher in

Abbildung 134: Kritisch-kreative Milieus – Schon einmal genutzte Onlineangebote



Fortsetzung Abbildung 134



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

der damit einhergehenden Flüchtigkeit zum einen und der erwarteten Kompetenz zum anderen. Sie sind also einerseits schwer erreichbar, weil Informationen bei diesen Milieus schnell zu einem „Hintergrundrauschen“ werden können, mit anderen Botschaften in der Informationsflut konkurrieren und dort schnell untergehen. Botschaften und Nachrichten brauchen eine gewisse „Schlagkraft“, um hier nicht unterzugehen. Außerdem reicht es längst nicht mehr aus, sie auf nur einem Kanal erreichen zu wollen. Das setzt eine gewisse Kompetenz voraus, Kanäle richtig zu nutzen, zu wissen, welche Themen sich beispielsweise bei Twitter anbieten, welche nicht. Gelingt das nicht, verliert man hier schnell nicht nur das Vertrauen der Milieus, sondern auch Glaubwürdigkeit.

Zusammenfassend: Kommunikative Dos & Don'ts

	Dos	Don'ts
Expeditive und Experimentalisten	Sich gut vorbereiten auf das Thema und auf die kommunikative Herausforderung – was ist das Ziel einer Veranstaltung?	Belehrungen im Stile des „Eltern-Ichs“ – z. B. in Form von gut gemeinten, aber doch von oben herab gegebenen Ratschlägen

	Dos	Don'ts
	- Flexibilität einüben und im Dialog entsprechend verhalten und sich auf die eigene Variabilität und Flexibilität einstellen - Transparenz herstellen, eigene Interessen offenlegen und klar kommunizieren, offen abwägen - Klar Position beziehen und eine erkennbare Haltung einnehmen	- Absolutismus und Engstirnigkeit, vermeintliche Alternativlosigkeit - Eigene Interessen zurückhalten, nicht klar darlegen - Grenzenloses Commitment (Engagement und Einsatz) erwarten und voraussetzen – die Interessen sind vielfältig, morgen könnte schon was anderes interessanter und aufregender sein, darauf muss man sich einstellen.
	Klar, deutlich und geradeaus kommunizieren – das erhöht Transparenz und Vertrauen – zur Sache kommen	„Über-simplifizieren“ oder auch mit komplizierten und angeblichen Fakten um den Kern des Themas herumreden

Ein Beispiel: Der „Shitstorm“

Der Begriff „Shitstorm“ ist spätestens seit der Piratenpartei „salonfähig“ geworden und bezeichnet laut dem Neuen Wörterbuch der Szenesprachen eine Empörungswelle und ein „Internet-Phänomen“, bei dem massenhafte öffentliche Entrüstung, sachliche Kritik sowie auch völlig unsachliche Beiträge das Internet zu einem Thema überfluten. Ein solches „Blograuschen“ kann sich auch auf eine spezielle Person, ein Profil oder einen Account konzentrieren, wobei die Flut der Beiträge das Ziel letztlich zumüllen.¹⁴³

Wie das aussehen kann, lässt sich gut an einigen Beiträgen aus der Bundesregierung auf Twitter demonstrieren:

Neben dem Regierungssprecher macht sich auch Familienministerin Kristina Schröder das Web 2.0 zunutze und twittert über aktuelle Entwicklungen in der deutschen Politik, u. a. über schwarz-gelbe Sparpläne 2010. Das Resultat allerdings ist weniger erfreulich: ein „Zwitscher-Sturm“¹⁴⁴ (oder eben „Shitstorm“), in dem Micro-Blogger die Ministerin beschimpfen. Grundsätzlich ist Twitter gerade für Expeditivisten und Experimentalisten ein ansprechender Kanal – dynamisch, flexibel, immer „up-to-date“, nie langweilig –, aber er birgt auch Widersprüchlichkeiten. Einerseits wird erwartet, dass man mitmacht und sich entsprechend des Mediums kurz und knapp ausdrückt. Andererseits stellt sich in Bezug auf Sparpläne dann aber auch die Frage nach Glaubwürdigkeit – nämlich bezogen auf das Zusammenspiel von Medium, Person und Thema: Lassen sich Sparpläne tatsächlich mit 140 Zeichen darlegen? Reicht eine Nachricht im SMS-Format aus, um das ganze „Ausmaß“ darzulegen? In diesem Fall offensichtlich nicht, und Frau Schröder geriet ob des entstehenden „Zwitscher-Sturms“ (oder eben „Shitstorm“) in Erklärungsnot. Die Nachricht darüber, dass sie aus aktuellem Anlass die Hochzeit von Prinz William und Kate verfolgt hat, auf der anderen Seite hier ihren Charme macht sie vielleicht sympathisch und zu einem „ganz normalen“ Menschen.



Quelle: https://twitter.com/schroeder_k [2011]

¹⁴³ <http://szenesprachenwiki.de/definition/shitstorm/> [09.05.2012]

¹⁴⁴ SPIEGEL ONLINE am 10.06.2010: www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,699935,00.html [08.11.2011]

Bürgerlicher Mainstream und Kommunikation

Die Milieus des Bürgerlichen Mainstreams sind durch und durch familienorientiert, und das spiegelt sich auch in ihrer Art und Weise zu kommunizieren. Unterschiede in der Kommunikation lassen sich vor allem im Bereich der neuen Medien ausmachen, wo besonders die im Vergleich zu den Sozialökologischen und der Bürgerlichen Mitte sehr jungen Adaptiv-Pragmatischen hervorstechen.

Die Arena – das kommunikative Umfeld

Das kommunikative Umfeld dieser Milieus ist in erster Linie durch das unmittelbare persönliche und private Umfeld geprägt, denn hier spielen sich die für sie wichtigsten Dinge im Leben ab. Die eigene Familie steht im Vordergrund und spielt die größte Rolle in ihrer alltäglichen Kommunikation. Erweitert wird dieses Umfeld durch direkte Berührungspunkte der Kinder durch Kindergarten und Schule – hier spielen dann die Eltern anderer Kinder eine Rolle im kommunikativen Umfeld.

In einem weiter gefassten Kontext sind auch die eigene Arbeit und die Kollegen ein wichtiger Teil der kommunikativen Arena: Die Arbeit ist ein Ort, um Wertschätzung, Anerkennung und Bestätigung zu erfahren. Ganz allgemein ist es ihnen wichtig, „nette Kollegen“ zu haben, denn das macht für sie eine intakte Arbeitswelt aus, in der sie sich wohlfühlen.

Die kommunikative Arena der Milieus des Bürgerlichen Mainstreams bleibt in der Nahwelt der Milieus verankert – die große Öffentlichkeit spielt keine große Rolle, darüber berichten TV und Zeitungen, aber für das eigene Leben spielen überregionale Themen und Arenen keine Rolle. Das kommunikative Umfeld konzentriert sich auf die Ebene der eigenen und lokalen Betroffenheit und Konflikte. Das, was sie wirklich, direkt und persönlich betrifft, sie in ihrem eigenen Umfeld, in ihrer Welt etwas angeht, interessiert sie, und daran nehmen sie auch teil und beteiligen sich kommunikativ.

Innerhalb des Sozialökologischen Milieus spielt die eigene Betroffenheit eine sehr große Rolle, denn dort, wo sie betroffen sind, engagieren sie sich auch – hier übernehmen sie eine Rolle, versuchen, etwas zu bewirken, z. B. Menschen zu helfen, die sie kennen.

Im Gegensatz zu den anderen beiden Milieus heben sich die Sozialökologischen mit Blick auf das Interesse auf überregionaler Ebene etwas ab – sie beobachten bestimmte Entwicklungen genauer, wie beispielsweise die Konsumwelt als ihre ganz persönliche „glokale Sorgenarena“. Sie wissen um die Problematik und haben eine klare Meinung dazu.



Die Kommunikationsziele

Wohlfühlen, Harmonie und Gemeinschaft sind die vordergründigen Ziele von Kommunikation in den Milieus des Bürgerlichen Mainstreams. Vor allem für die Bürgerliche Mitte stellen diese drei Aspekte die zentralen Punkte ihrer Kommunikation dar: Sie wollen ein Gefühl gegenseitiger Übereinstimmung herstellen, es fühlen und vermitteln. Dabei wollen sie auch Kongruenz testen, ausmachen und schaffen und gleichzeitig auch ausloten, wo Konflikte liegen können, um sie dann konsequent zu umgehen und zu vermeiden. Sie sind nicht diejenigen, die sich gerne mit Konflikten auseinandersetzen und versuchen, sie kommunikativ zu lösen – sie sind eher konfliktscheu.

Ähnlich verhält es sich mit den Adaptiv-Pragmatischen: Auch für sie soll Kommunikation in erster Linie ein Gefühl von Gemeinschaft herstellen. Kommunikation ist hier das Medium des „Miteinander-Seins“ und „Miteinander-Fühlens“. Konflikte werden auch hier, wenn möglich, umgangen und vermieden – Harmonie ist ihnen wichtiger als das Austragen und Zur-Schau-Stellen von Konflikten. In diesem Sinne ist Kommunikation für sie keine Bühne zur Selbstinszenierung (wie z. B. bei den Exeditiven), sozialer Positionierung (z. B. bei den Performern) oder Mittel zur Abgrenzung (wie z. B. für die Konsum-Hedonisten).

Die Sozialökologischen stechen hier etwas hervor, denn im Gegensatz zu den anderen beiden Milieus des Bürgerlichen Mainstreams ist das Vermeiden von Konflikten für sie kein Kommunikationsziel. Ganz im Gegenteil, Kommunikation dient ihnen zur Konfliktführung und Konfliktlösung. So gilt vielen der Sozialökologischen Kommunikation als Schlüsselaufgabe des Zusammenlebens – und „friedlich“ heißt in diesem Zusammenhang nicht Konfliktvermeidung als eine primäre Aufgabe.

Für alle Milieus des Bürgerlichen Mainstreams gilt auch, dass man gerne unter sich kommuniziert und sich austauscht. Zwar sind die Sozialökologischen hier noch neugierig, aber im Gegensatz zu anderen Milieus (beispielsweise den Exeditiven) steht in der Kommunikation mit anderen Milieus nicht der Spaß im Vordergrund. Auch sie wollen nicht neue und ungewohnte Ufer sehen, neue Erklärungen finden und sich infrage stellen – Bestätigung ist ihnen wichtiger.

	Sozialökologische	Bürgerliche Mitte	Adaptiv-Pragmatische
Zweck von Kommunikation	Kommunikation als Wohlfühlfaktor – sie soll ein Gefühl von Gemeinschaft, Miteinander und Harmonie herstellen, Beziehungspflege sein. Kommunikation hat außerdem einen ganz pragmatischen Zweck, nämlich den der Alltagsbewältigung – Kommunikation als ein Muss, um zu lernen, sich zu informieren, zu verstehen, zu organisieren, die Umwelt zu scannen, eventuelle Vorteile zu erkennen und zu nutzen.		
	Konfliktführung und Konfliktlösung	Konfliktvermeidung und kommunikatives Umgehen von Unstimmigkeiten und Problemen	
Das wollen sie zeigen:	Dass sie gut sind und Gutes wollen, bessere Menschen sind – dass sie das sozialökologische Gewissen sind und auf Dinge achten, die die Gesellschaft gerne vergisst Sie wollen ihr Engagement, ihre Aktivierbarkeit und ihr Verantwortungsgefühl für das Gemeinwohl zeigen.	Dass sie dazugehören, zu einer Gruppe gehören, ein Team sind – sie sind die Guten, sie sind konstruktiv. Dass sie verantwortungsvoll leben und rechtschaffende Menschen sind, aber auch, dass sie keine „Spaßbremsen“ sind, auch mal richtig genießen können Aber auch, dass sie sich schon mal durchsetzen können, „Ich lasse mich nicht für dumm verkaufen.“	Dass sie dazugehören, ein Teil von etwas sind, ihren Platz in der Gesellschaft und Freunde haben, eingebunden sind, ein Netzwerk haben Dass sie wer sind, nichts Großes, aber jemand von Relevanz und Bedeutung, gute, verlässliche Menschen sind Zuneigung und Empathie – dass ihnen andere wichtig sind Dass sie auf der Höhe sind, modern sind
Das wollen sie verbergen:	Dass sie ihren eigenen Ansprüchen manchmal nicht gerecht werden können, dass sie auch mal falsch liegen und ebenso Selbstzweifel an ihren Überzeugungen haben Nichtwissen auf Gebieten, die ihnen unwichtig sind, Unreflektiertheit, Ressentiments und Chauvinismus	Orientierungsprobleme, Ratlosigkeit, Hilflosigkeit, Zweifel – was soll ich tun? Persönliches Versagen und schwierige persönliche Probleme, die nicht dem nach außen gezeigten Bild von Harmonie und Balance entsprechen	Gefühle der Exklusion und Einsamkeit – Ausgrenzung, Überforderung, abgehängt sein fühlt sich schlecht an. Schwerwiegende persönliche Probleme – Depressionen, Ausweglosigkeit, Ratlosigkeit, persönliche Abgründe, Kontrollverlust Antipathie, dass sie jemanden nicht mögen

Im direkten Vergleich wird deutlich, dass vor allem die Bürgerliche Mitte und die Adaptiv-Pragmatischen mit Blick auf ihre Kommunikationsziele viele Gemeinsamkeiten haben – beiden Milieus liegt viel daran, Harmonie und Balance im Leben zu wahren, ihre „heile Welt“ auch nach außen zu zeigen. Mit Rissen in dieser Welt können sie nur schwer umgehen, wobei Adaptiv-Pragmatische durchaus in solchen Fällen mit „der Flucht nach vorne“ reagieren können, wenn sie gar keinen anderen Ausweg mehr sehen. Sozialökologische haben ihrerseits auch mal Probleme, ihren eigenen Ansprüchen gerecht zu werden, ihre eigenen Regeln zu befolgen.

Der Kommunikationsstil

Die Milieus des Bürgerlichen Mainstreams zeichnen sich durch einen unpräzisen Kommunikationsstil aus: Sie benutzen eine „normale“ Sprache, verwenden keine oder nur wenige Szene-Codes. Ihre Art und Weise zu kommunizieren ist schlichter und weniger verspielt als beispielsweise die der Liberal-Intellektuellen oder auch der Exeditiven.

In der Kommunikation mit den Milieus aus diesem Segment kommt es darauf an, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Rationalität und Emotionalität zu finden. Auf der einen Seite stehen also glaubwürdige Zahlen, Daten und Fakten, welche eine Vertrauensbasis in der Kommunikation mit ihnen schaffen und Glaubwürdigkeit entstehen lassen. Auf der anderen Seite darf im Gespräch mit ihnen die menschliche Ebene nicht vergessen und vernachlässigt werden. Themen sollten also nicht im Stile der Performer übermäßig rationalisiert werden. Stattdessen muss vorab überlegt werden, welche menschlichen Alltagsebenen Themen für diese Milieus haben und wie diese wahrgenommen werden.

Gemein ist allen drei Milieus des Bürgerlichen Mainstreams auch, dass sie in ihrer Kommunikation eine gewisse Zwiespältigkeit zeigen, die es im Gespräch mit ihnen einzukalkulieren gilt. Diese Zwiespältigkeit schlägt sich in den Milieus unterschiedlich nieder.

So präsentieren sich die Sozialökologischen in ihrer Kommunikation oft ordentlich und rechtschaffen. Ihr Kommunikationsstil leistet sich keine Extravaganzen, er ist nicht „stylish“, spaßig wie bei den Kritisch-Kreativen, nicht schrill und laut wie bei den Konsum-Hedonisten, aber auch nicht statusorientiert wie bei den Performern oder kultiviertes Diskussionsinstrument wie bei den Liberal-Intellektuellen. Sie zeigen, dass ihnen an einer Kommunikation des Ausgleichs gelegen ist. In dieser Position missbilligen sie aggressives Auftreten. Andererseits zeigen sie aber auch eine Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit ihren Gegner bzw. Feinden. In solchen Situationen können sie (ent-

gegen ihrer eigentlichen Prinzipien) unnachgiebig, wenig kompromissbereit, stur und auch aggressiv auftreten.

Auf ähnliche Weise kann auch die Bürgerliche Mitte reagieren. In ihrem Kommunikationsstil neigen sie einerseits zur Anpassung und auf diese Weise zur Vermeidung von Konflikten. Dabei bedienen sie sich eines ähnlichen Kommunikationsstils wie die Sozialökologischen. Dabei ist die Bürgerliche Mitte stärker ausgerichtet auf ein harmonisches Miteinander. Andererseits neigen sie jedoch je nach ihrem Befinden zu einer Art Flatterhaftigkeit, aus Sicherheit wird dann Unsicherheit, und das kann zu Angst führen und sie in eine defensive, aber auch offensive Haltung bringen. Kurz: Der Kommunikationsstil der Bürgerlichen Mitte ist nicht so berechenbar, wie es scheint. Um ihre kommunikative Ambivalenz müssen Gesprächspartner wissen und sich darauf vorbereiten, aber auch einlassen. Denn einerseits ist die Bürgerliche Mitte freundlich, herzlich, kontaktfreudig und in Diskussionen konstruktiv. Auf der anderen Seite können sie auch unehrlich sein – in unbekannten Situationen reagieren sie oft so, wie sie meinen, dass es von ihnen erwartet wird, ihrer Überzeugung muss das dann aber nicht entsprechen. Im privaten Umfeld, unter sich agieren sie freier und unterwerfen sich nicht den Erwartungen, von denen sie meinen, dass sie an sie gestellt werden. Hinterfragen und Erfragen lohnt sich hier also. Um mit ihnen eine offene und ehrliche Diskussion zu führen, wirklich und unverfälscht zu erfahren, was sie umtreibt, kann es durchaus von Nutzen sein, sie in ihrem gewohnten Umfeld und „unter sich“ zu befragen.

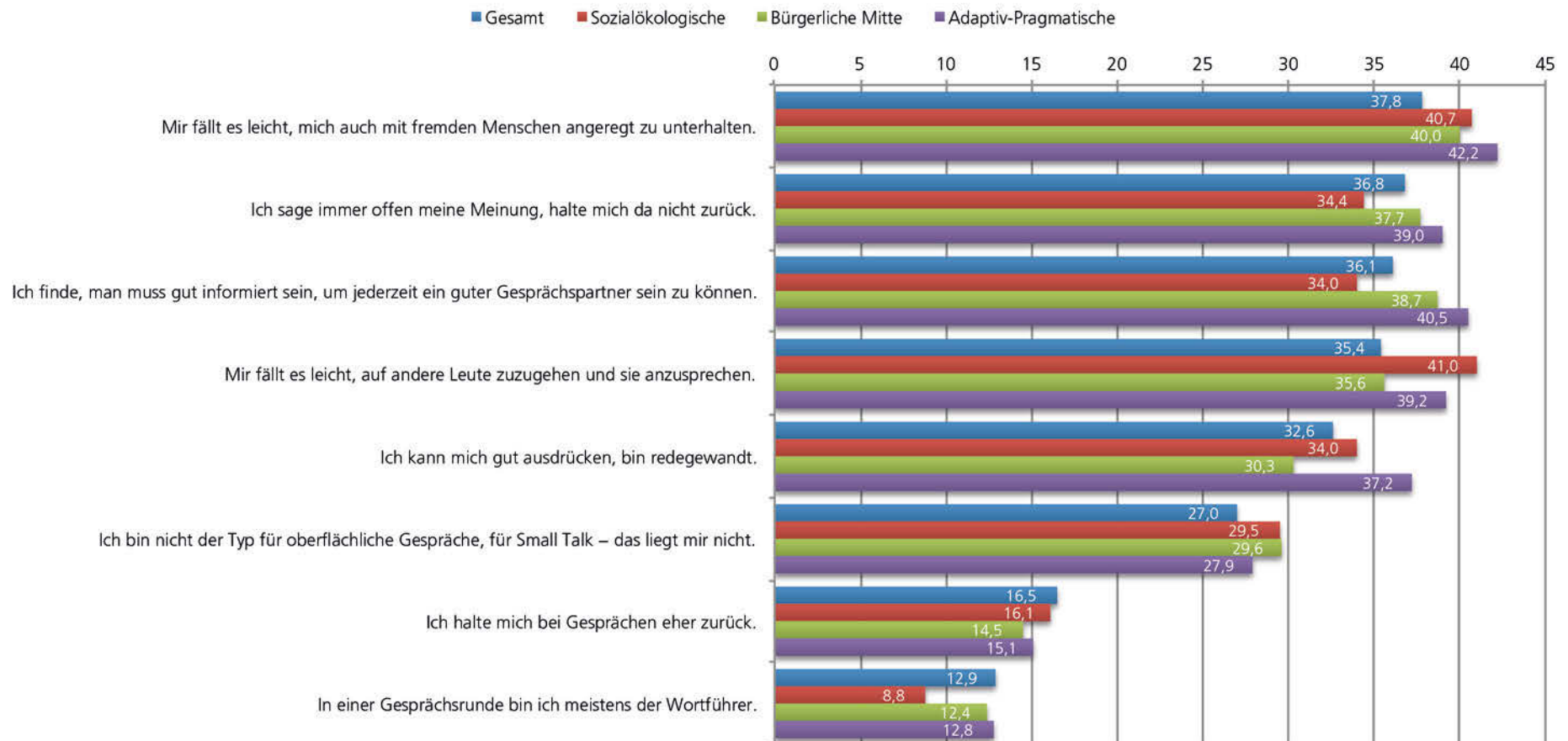
Ein weiterer Aspekt birgt Konfliktpotenziale im Umgang mit der Bürgerlichen Mitte: Besonders in neuen, unbekannten Situationen und im Umgang mit fremden Menschen kommunizieren sie nicht nur auf der Sachebene. Sie suchen auch ständig nach Signalen, die ihnen dabei helfen, andere einzuschätzen und zu beurteilen – „Mit wem habe ich es da eigentlich zu tun?“. In diesen Situationen werden mitunter Kleinigkeiten als Signale verstanden und zu Einschätzungen verarbeitet, die für andere völlig nebensächlich sind oder die sie ganz anders verstanden wissen wollten. Hier gibt es viel Potenzial für Missverständnisse, die unbemerkt auf die Beziehung abfärben und unter der Oberfläche kumulieren sich dann schon mal all diese Kleinigkeiten, die allzu lange nicht offen auf den Tisch gelegt wurden. Das Resultat äußert sich dann in Verletzungen, „Pikiert-Sein“, „Beleidigt-Sein“, gefühlte Missachtung und Nicht-Wertschätzung – bis zu einem Punkt, an dem das Verhältnis offen umkippt und unwiederbringlich zerstört ist. Andere (z.B. Performer) haben zu diesem Zeitpunkt noch nicht einmal gemerkt, dass etwas nicht stimmt.

Abbildung 135: Mainstream-Milieus – Kommunikationsweise

Angaben in Prozent

Frage: „Auf diesen Seiten geht es um Ihre ganz persönliche Einstellung zu verschiedenen Lebensbereichen. [...] Wir möchten gerne wissen, inwieweit diese für Sie persönlich zutreffen.“

Antwort 5 + 6 (Antworten auf einer 6er-Skala: 1 = „trifft überhaupt nicht zu“, 6 = „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Einfacher verhält es sich in der Hinsicht mit den Adaptiv-Pragmatischen. Sie sind im Segment des Bürgerlichen Mainstreams das jüngste Milieu, und das zeigt sich auch in der Kommunikation. Sie sind offener und weniger voreingenommen, vor allem im Vergleich zur Bürgerlichen Mitte. Bei ihnen spielt allerdings ein ausgewogenes Verhältnis von Rationalität und Emotionalität eine große Rolle: Einerseits sind in der Kommunikation mit ihnen vernünftige Argumente für oder gegen eine Sache wichtig – allerdings sollten diese klar und deutlich präsentiert werden anstatt sich in Komplexität und folglich Undurchsichtigkeit zu verlieren. Bei der vernünftigen Argumentation sollte andererseits der Mensch nicht vergessen werden – gute Argumente sind überzeugend, doch ohne Bezug zu denen, die es am Ende betrifft, sind sie hier allein nicht viel wert. Der Bezug zum Alltag der Adaptiv-Pragmatischen und zur menschlichen Ebene sorgt hier für das nötige Vertrauen, macht Sachverhalte für sie nachvollziehbar. In der Kommunikation mit den Adaptiv-Pragmatischen sollte also immer auf die Alltagsebene als Bezugsbasis geachtet und zurückgegriffen werden.

Im Gegensatz zu den anderen Milieus des Bürgerlichen Mainstreams verfügen die Adaptiv-Pragmatischen über ein größeres Code-Repertoire. Auch sie bevorzugen eine „normale“ Sprache und bedienen sich grundsätzlich eigentlich weniger des Szene-Codes. Sie kommunizieren in diesem Zusammenhang weniger elaboriert als z. B. die Expeditiven, sind aber in ihrem Kommunikationsstil durchaus anschlussfähig an viele Sprachen – eben adaptiv und pragmatisch. Ihre Sprache ist in erster Linie praktisch gehalten und ähnelt im Stil durchaus einem Ikea-Möbel: sofort erkennbar, ohne aufgeblasenes Design, gut verdaubar und leicht verständlich, ohne Tendenzen zu zugespitzten Formulierungen, prolligen Ausdrucksweisen oder schludrigem Sprachgebrauch. Da sie aber durchaus mit vielen anderen Milieus Kontakt haben, wissen sie um bestimmte (Szene-)Ausdrucksweisen und können diese in der entsprechenden Situation zum Einsatz bringen.

Kommunikation mit anderen – Konfliktpotenziale und Herausforderungen

In der Kommunikation mit anderen haben die Milieus des Mainstreams unterschiedliche Wirkungen auf bestimmte Milieus. So bietet beispielsweise die Bürgerliche Mitte dem Prekären Milieu Orientierung – aus ihrer Perspektive repräsentieren sie den Traum sicherer Verhältnisse, den sie gerne hätten, oft aber nicht leben können. Für die Kreativen wie auch für die Leitmilieus ist die Bürgerliche Mitte schlichtweg der Durchschnitt – harmlos, aber auch eher langsam, nicht aufregend oder besonders anregend, vor allem in der Wahrnehmung der Kritisch-Kreativen eher bieder anmutend.

Gerade für die Bürgerliche Mitte und auch die Adaptiv-Pragmatischen kann es schwer sein, dem ausgesprochenen Szene-Code der Kritisch-Kreativen zu folgen. Auch die sehr ausgewählte, elaborierte und statusorientierte Kommunikation der Leitmilieus kann für sie schnell anstrengend werden und sie überfordern. Die Herausforderung an dieser Stelle ist das Schaffen von kommunikativen Brücken, zumal gerade die Leitmilieus oft auf einem abstrakten Level kommunizieren, welches weder der Bürgerlichen Mitte noch den Adaptiv-Pragmatischen liegt. Spannungen entstehen vor allem dann, wenn die Kommunikation der Konsum-Hedonisten, der Experimentalisten und Expeditiven zu „szenig“, stressig, laut und extrem wird. Zum einen führt das zu Verständnisproblemen. Zum anderen wirkt es auf beide Milieus abschreckend.

Nichtsdestotrotz kommen die Adaptiv-Pragmatischen noch am ehesten mit diesen Milieus zurecht – solange es eben nicht zu extrem wird. Für Expeditiven, Experimentalisten, aber auch Performer und Liberal-Intellektuelle wirken die Adaptiv-Pragmatischen ebenso harmlos wie die Bürgerliche Mitte – sie fordern nicht heraus, bieten kaum Angriffsfläche. Sie wirken auf diese Milieus ganz „okay“, allerdings heißt das eben noch nicht, dass sie mit ihnen viel zu tun haben wollen. Ganz im Gegenteil zur Bürgerlichen Mitte, die mit den Adaptiv-Pragmatischen sehr gut auskommen und sie als eine Art jüngerer Version von sich selber sehen. Sie sind sich relativ nahe und vom Typus her verwandte Menschen.

Sowohl die Bürgerliche Mitte als auch die Adaptiv-Pragmatischen haben zu den Prekären zuweilen ein zwiespältiges Verhältnis: Einerseits haben sie Mitleid mit ihnen und ihrer Lebenssituation. Andererseits grenzen sie sich von diesem Milieu ab, betrachten es mitunter als unvernünftig, unbeweglich und verbraucht. Zu Konflikten kommt es besonders dann, wenn diese beiden Milieus meinen, dass Prekäre nachlässig und gleichgültig agieren.

Die Wahrnehmung und Wirkung der Sozialökologischen ist wie bei den anderen beiden Milieus des Mainstreams ebenfalls gegensätzlich: Auf die einen wirken sie wie aufrechte, ruckgratstarke Menschen, wie sie die Gesellschaft braucht – irgendjemand muss diese Rolle ja übernehmen, zumal sie für und gegen viele Dinge und Sachen sind, die auch anderen Milieus wichtig sind, die allerdings weder Energie noch Zeit aufbringen, um sich dafür zu engagieren. In dieser Hinsicht sind sie hörbare Stimmen, die dann auch respektiert werden. Auf der anderen Seite stehen vor allem die jüngeren Milieus und hier ganz besonders die Kritisch-Kreativen den Sozialökologischen ablehnend gegenüber – vielen gehen sie in ihrer moralisierenden Art und Weise, ihren Ideologien,

ihrer Besserwisserei und ihrem Gutmenschentum schlicht „auf die Nerven“ und gelten in ihrer Position als Bedenkensträger als die totalen Spaßbremsen. Nicht selten werden sie dann gar nicht wahrgenommen oder es wird sich über sie lustig gemacht. Das geht zuweilen so weit, dass ihr Sprachgebrauch, ihre Argumentationsweisen und manchmal auch ihr Auftreten und ihre Kleidung als Trigger reichen, um diese Vorurteile zu mobilisieren. In solchen Fällen kann Kommunikation durchaus scheitern, bevor sie überhaupt angefangen hat. Allerdings kann dieser Effekt genauso gut andersherum greifen: Aufbauend auf verwendeter Sprache, Worten, Gedanken oder Argumenten, die aus Sicht der Sozialökologischen nicht angebracht sind, sortieren sie selber gerne Menschen in Schubladen ein und bedienen sich damit ebenso Vorurteilen und Stereotypen.

Hier liegt dann auch die Herausforderung in der Kommunikation mit ihnen: Die Aktivierung von Vorurteilen und Stereotypen lässt sich kaum vermeiden, muss aber in der Kommunikation mit ihnen und vor allem gemeinsam mit anderen Milieus beachtet werden. Dem Moderator kann und muss hier voraussichtlich eine „Mittlerfunktion“ zukommen.

Zusammenfassend gilt also auch in diesem Segment, dass die größte Herausforderung hier das Schaffen kommunikativer Brücken zwischen den Milieus ist, um Vorurteile und Stereotype zu vermeiden bzw. abzubauen und so eine konstruktive Kommunikation zu ermöglichen.

Mediennutzung – Welche Kanäle nutzen sie?

Ein Blick auf die genutzten (klassischen) Medien offenbart bei den Milieus des Bürgerlichen Mainstreams leichte Abweichungen vom Durchschnitt bzw. der Gesamtbetrachtung. So liest die Bürgerliche Mitte in der Freizeit öfter Zeitung als die anderen beiden Milieus in diesem Segment. Grundsätzlich weichen die Sozialökologischen in allen hier aufgeführten Medien leicht vom Durchschnitt ab und nutzen sie unterdurchschnittlich oft. Die Adaptiv-Pragmatischen lesen im Vergleich zum Durchschnitt und zur Bürgerlichen Mitte weniger Zeitung.

Vor allem für die Adaptiv-Pragmatischen sollten Medien unterschiedliche Funktionen erfüllen. Informationen für Beruf und Alltag scheinen hier im Vordergrund zu stehen und sollten gleichzeitig einen unterhaltsamen Charakter haben.

Ein Blick auf das Interesse an den hier ausgewählten TV-Genres offenbart weder für Sozialökologische noch für die Bürgerliche Mitte große Abweichungen vom Durchschnitt. Sie scheinen eher zu politischen Formaten zu tendieren und Formaten wie den

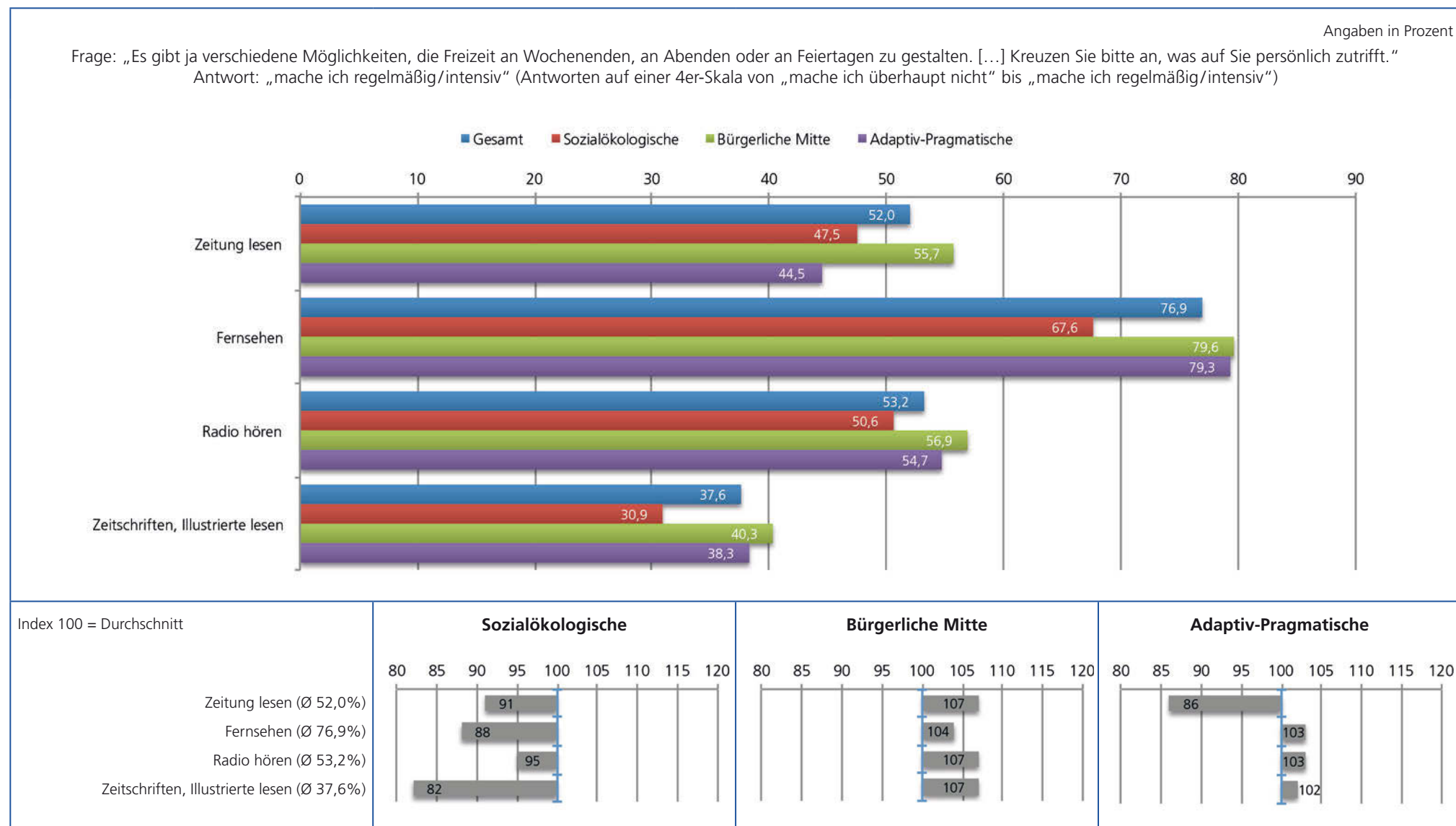
Real-Life-Soaps und Doku-Soaps tendenziell abneigend gegenüberzustehen. Gerade letztere, die eher die jüngeren Milieus ansprechen, können in ihrem Kommunikationsstil eher abschreckend auf sie wirken. Adaptiv-Pragmatische hingegen äußern eben für solche Formate eher Interesse, während Formate im Bereich von Politik und Wirtschaft wie auch Kunst und Kultur eher auf Ablehnung zu stoßen scheinen. Hier mag sich die Unterhaltungsorientierung der Adaptiv-Pragmatischen in der Mediennutzung spiegeln. Zudem liegen die Real-Life- und Doku-Formate ihnen in Ansprache und Kommunikationsstil eher.

Hinzu kommt außerdem, dass auch die Adaptiv-Pragmatischen einige ihrer medialen Aktivitäten auf das Internet ausgeweitet haben. Denn gerade in der Nutzung des Internets offenbaren sich große Unterschiede zwischen den Milieus in diesem Segment. Die Adaptiv-Pragmatischen folgen hier stark den Mustern der Kritisch-kreativen Milieus und nutzen die gebotenen Möglichkeiten ausgiebig. Auch ihnen dürfte es schwer fallen, sich an eine Zeit vor der des Internets zu erinnern. Jedoch legen die Zahlen auch nahe, dass sie die Möglichkeiten anders und zum Teil auch vorsichtiger nutzen als z.B. die Expeditiven. Nach den Internetmilieus des Sinus-Instituts ließe sich wohl ein Großteil bei den Digital Natives verorten. Im Gegensatz dazu lassen sich die Sozialökologischen und die Bürgerliche Mitte zu den Digital Immigrants zählen: Im Umgang mit dem Internet sind sie lange nicht so versiert wie die Adaptiv-Pragmatischen, geschweige denn wie die Expeditiven. Wahrscheinlicher ist, dass sie vielen Möglichkeiten skeptisch gegenüberstehen.

Skepsis scheint besonders bei der Bürgerlichen Mitte und in vielen Aspekten auch bei den Sozialökologischen vorzuherrschen: Beide Milieus äußern mit Bezug auf Onlineanwendungen ein (stark) unterdurchschnittliches Interesse. Dabei scheint für die Sozialökologischen das Internet einen eher informativen und instrumentellen Charakter zu haben, denn sie nutzen überdurchschnittlich oft die Onlineangebote des Spiegels und Wikipedia. Soziale Netzwerke spielen hingegen eine vergleichsweise kleinere Rolle.

Im starken Kontrast dazu steht die Nutzung von Anwendungen und Angeboten im Internet durch die Adaptiv-Pragmatischen. Das spricht auch für die Annahme, dass sie einige Aktivitäten auf das Internet verlagert haben. Sie zeichnen sich durch eine (zum Teil sehr deutliche) überdurchschnittliche Nutzung aus. Gerade Soziale Netzwerke nutzen sie ganz selbstverständlich. Ihr Umgang ist vor allem im Vergleich zu den Performern weniger funktionell und tendenziell persönlicher und gefühlgiger – auch sie nutzen Netzwerke, um Beziehungen zu pflegen, allerdings beziehen sie sich hier eher

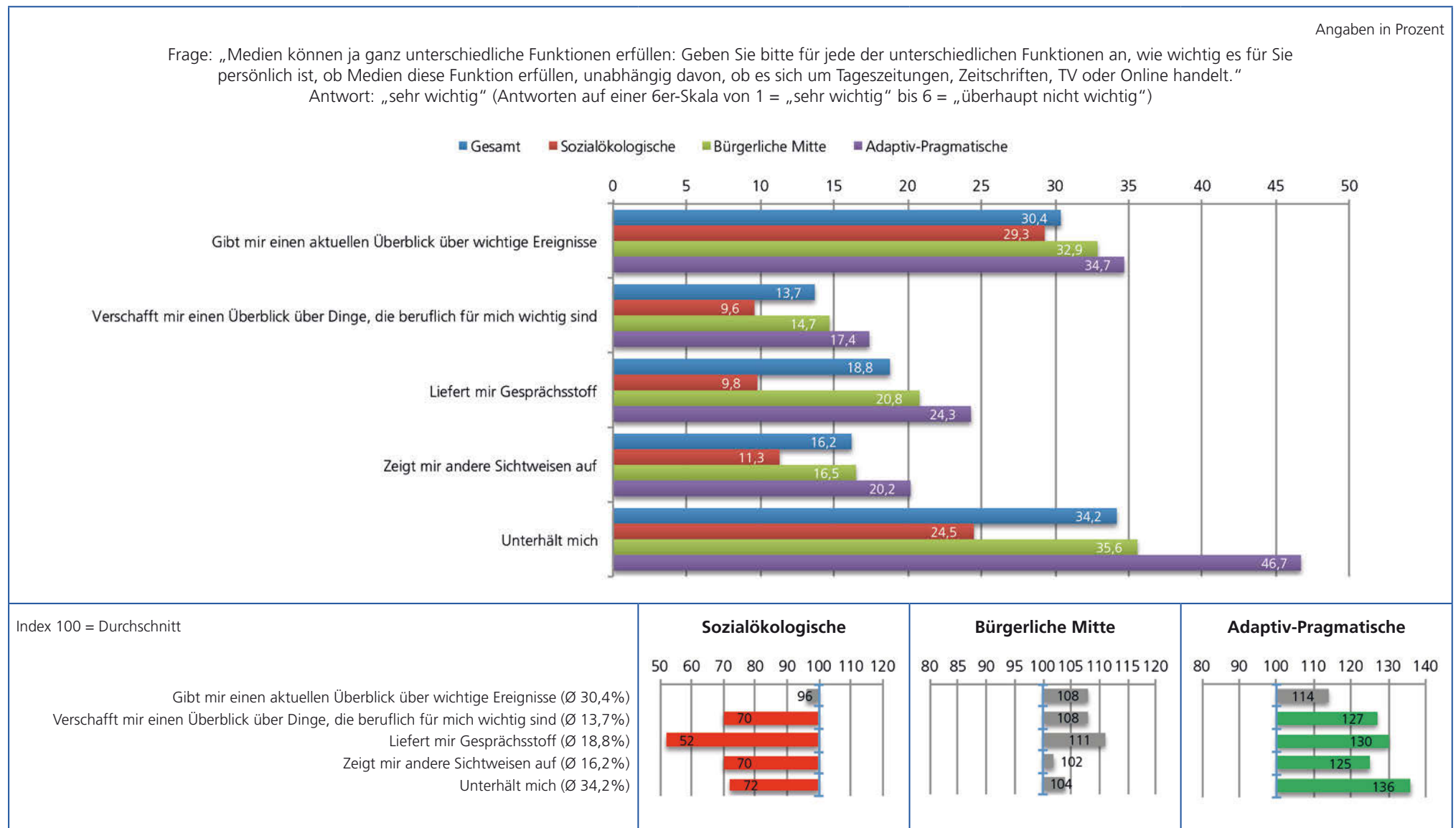
Abbildung 136: Mainstream-Milieus – Mediennutzung in der Freizeit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

■ Durchschnittliche Zustimmung

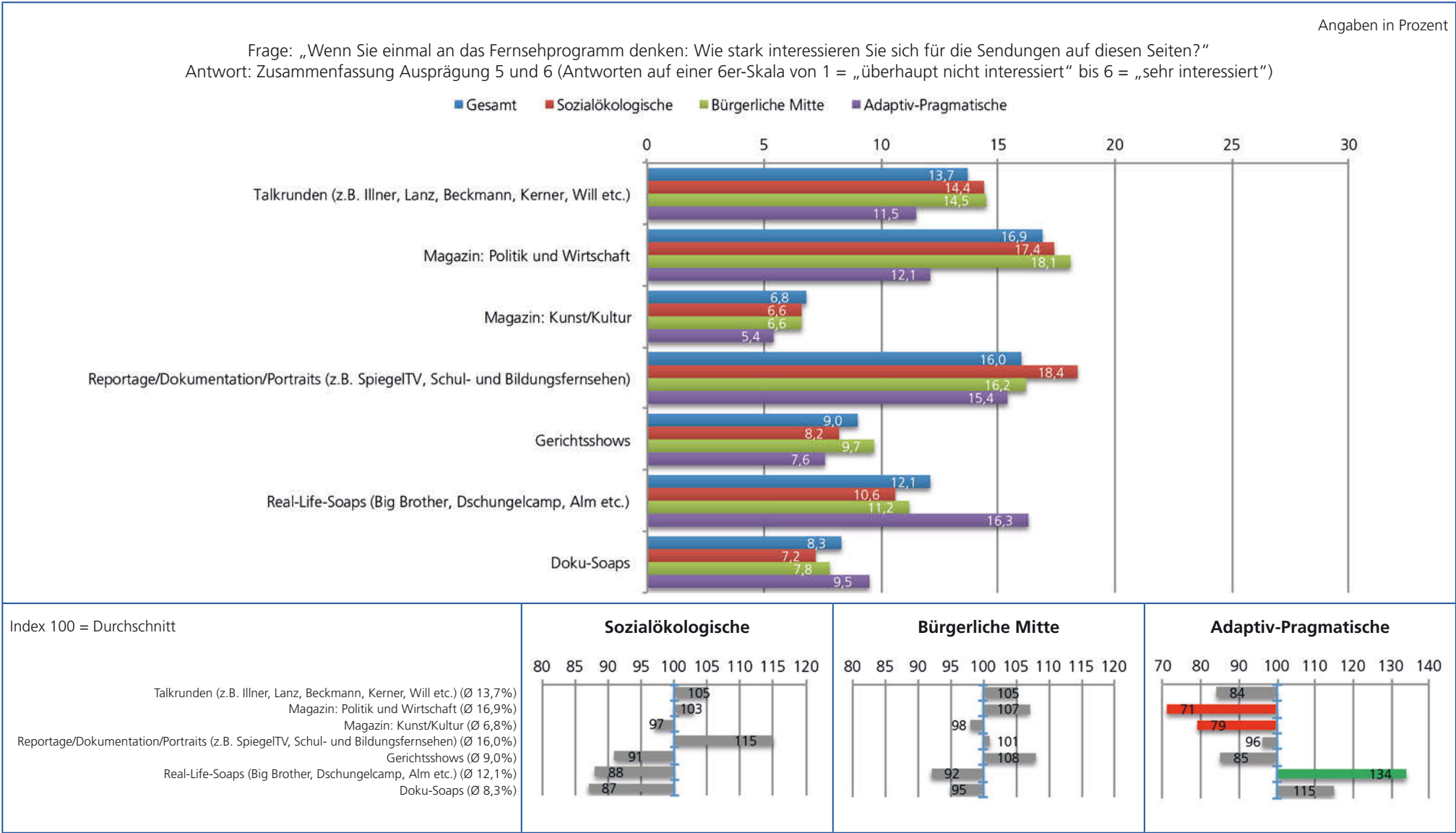
Abbildung 137: Mainstream-Milieus – Funktionen von Medien



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

■ Unterdurchschnittliche Zustimmung; ■ Durchschnittliche Zustimmung; ■ Überdurchschnittliche Zustimmung

Abbildung 138: Mainstream-Milieus – TV-Genres

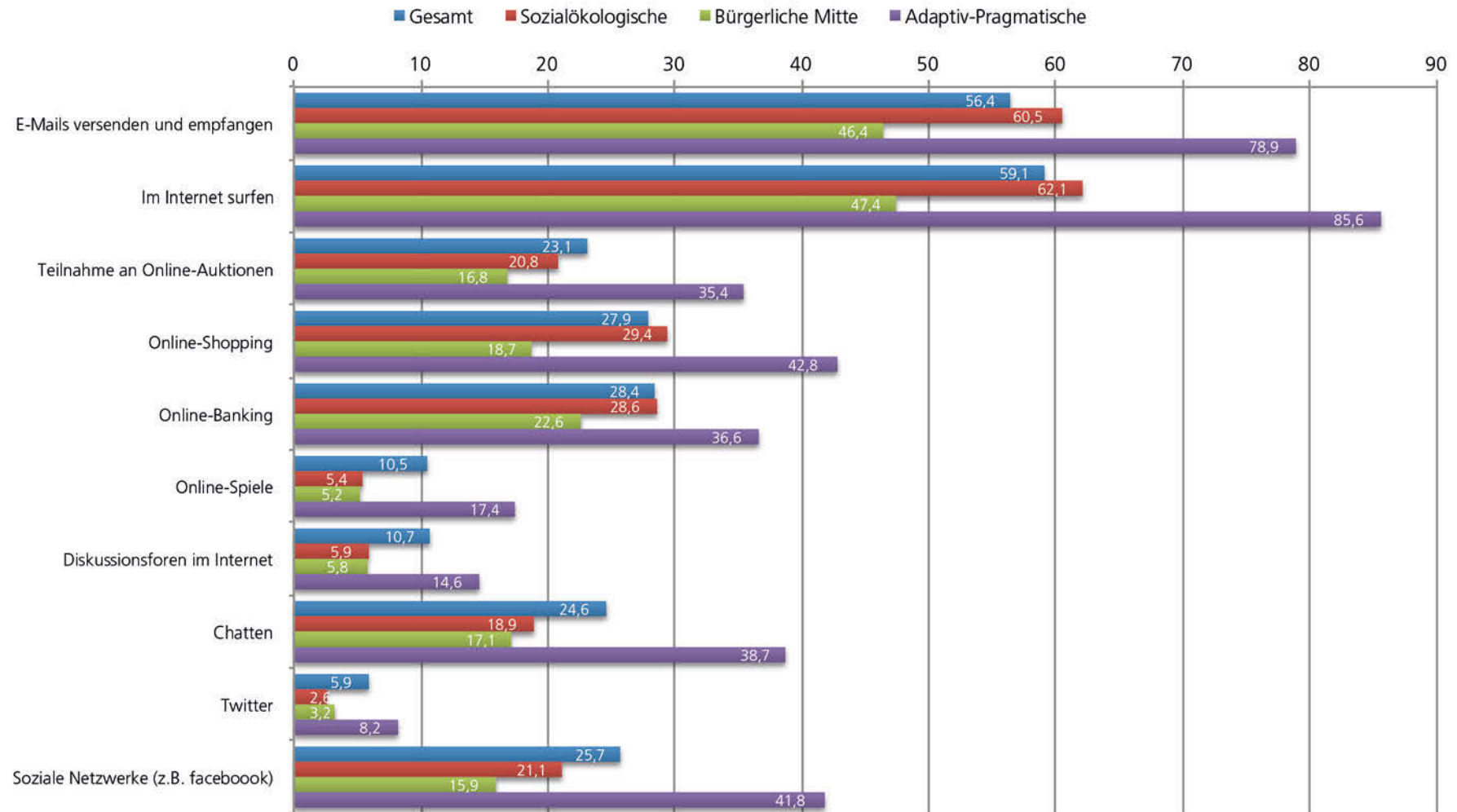


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

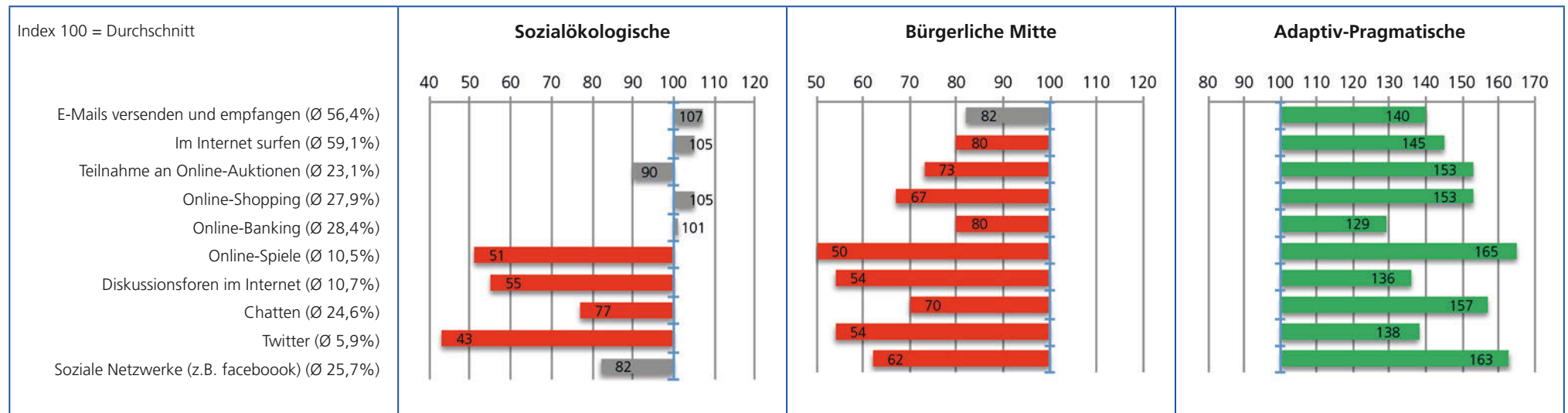
Abbildung 139: Mainstream-Milieus – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen

Angaben in Prozent

Frage: „Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie privat persönlich, unabhängig davon, welches Gerät bzw. welche Technologie Sie dazu verwenden?“
 Antwort: Zusammenfassung Ausprägung „regelmäßig“ und „gelegentlich“ (Antworten auf einer 4er-Skala von 1 = „überhaupt nicht“ bis 4 = „regelmäßig“)



Fortsetzung Abbildung 139



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

■ Unterdurchschnittliche Zustimmung; ■ Durchschnittliche Zustimmung; ■ Überdurchschnittliche Zustimmung

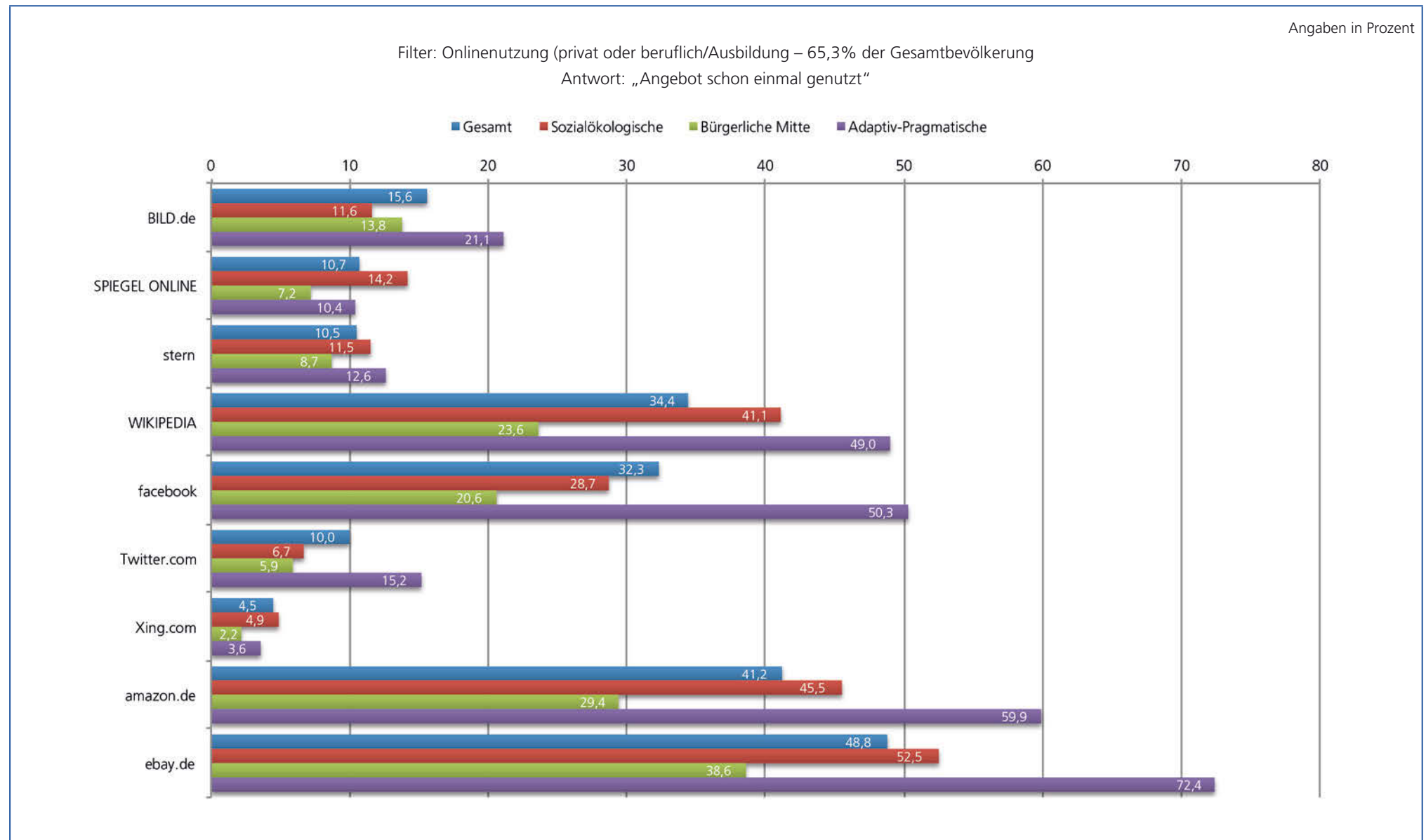
auf Freunde, Bekannte, vielleicht auch Familie. Darauf deutet die überdurchschnittliche Nutzung von Facebook und Twitter bei gleichzeitiger unterdurchschnittlicher Nutzung des Business-Netzwerks Xing.

Die Bürgerliche Mitte bleibt auch hier außen vor: Das Internet scheint eine weniger ausgeprägte Rolle zu spielen, weder mit Blick auf Soziale Netzwerke noch mit Blick auf aktuelle Nachrichten bzw. Zeitungen und Zeitschriften. Eine Erklärung hierfür kann darin gesehen werden, dass die Bürgerliche Mitte Informationen, die sie aus dem Internet bezieht, schlichtweg nicht so stark vertraut wie dem gedruckten Wort. Informationen scheinen eher volatil – eben noch auf dem Bildschirm, können sie in der nächsten Sekunde gelöscht oder ersetzt werden. Die redaktionelle Qualität lässt sich ebenfalls leicht anzweifeln, denn schließlich kann nun jeder seine Meinung kundtun und vermeintlich wahre Informationen oder Sachverhalte darlegen. Dagegen scheint das gedruckte Wort, beispielsweise in der Tageszeitung, vertrauenswürdiger zu sein.

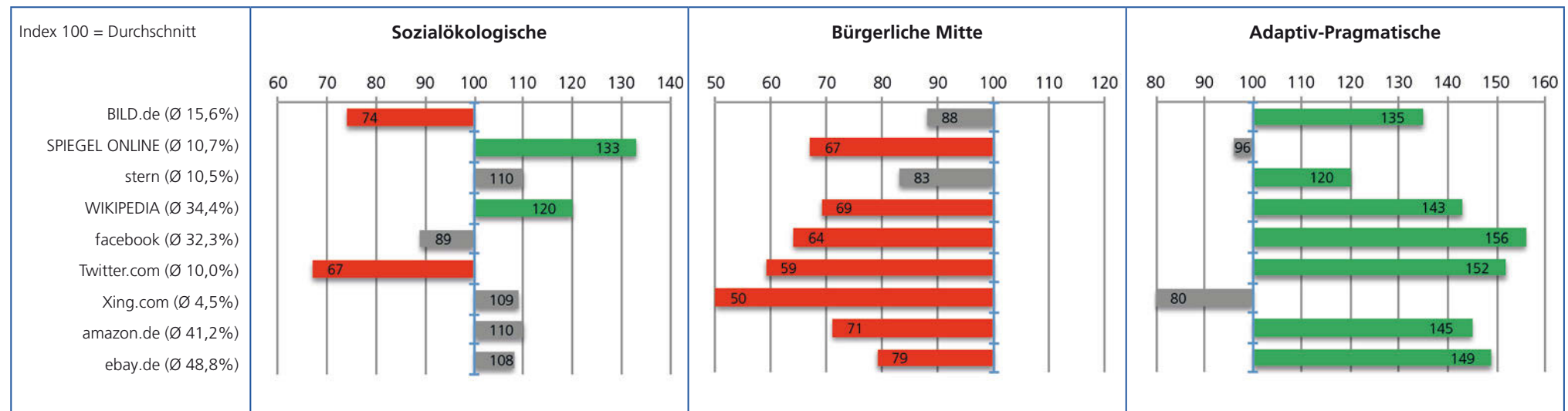
Folglich ergeben sich für die Kommunikation und die Erreichbarkeit der Milieus des Bürgerlichen Mainstreams unterschiedliche Implikationen: Die Bürgerliche Mitte scheint

wenig Interesse an den Möglichkeiten des Internets zu haben, was durchaus auf eine gewisse Skepsis gegenüber den online verfügbaren Informationen zurückzuführen ist. Kommunikation, also z.B. das Bekanntmachen von Veranstaltungen zur Bürgerbeteiligung, würde demzufolge sinnvollerweise über die Lokalzeitung geschehen – die Information steht schwarz auf weiß festgeschrieben; man weiß, wo sie zu finden ist und dass die Quelle vertrauenswürdig ist. Eine Beschränkung auf das Internet hätte hier zur Folge, dass die Bürgerliche Mitte nicht erreicht würde. Hingegen kann das Internet als zusätzliche Informationsquelle für die Sozialökologischen und die Adaptiv-Pragmatischen durchaus sinnvoll sein. Allerdings sollte in jedem Fall darauf geachtet werden, dass bei der Kommunikation einer Veranstaltung, egal ob über die klassischen Medien oder das Internet, die Informationen ausgewogen sind (also Fakten versus Emotionen). Gleichzeitig müssen auch Aussagen über Sinn und Zweck der Veranstaltung und wie und in welcher Art und Weise das Thema eben diese Milieus betrifft, also die Alltagsebene berücksichtigt werden.

Abbildung 140: Mainstream-Milieus – Schon einmal genutzte Onlineangebote



Fortsetzung Abbildung 140



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

■ Unterdurchschnittliche Zustimmung; ■ Durchschnittliche Zustimmung; ■ Überdurchschnittliche Zustimmung

Zusammenfassend: Kommunikative Dos & Don'ts

	Dos	Don'ts
Sozialökologische	Das Für und Wider einer Sache offen auf den Tisch legen – Daten und Fakten klar kommunizieren, auch wenn sie gefährlich sein können – mit ihrer Akririe finden sie sie selber.	Marketingduktus verwenden – denn den hassen sie, Mittel und Überzeugungstaktiken und Kommunikation als schlichtes Werkzeug der Beeindruckung gelten als Manipulation.
	Eigene Sprache und Ausdrucksformen kritisch reflektieren – wie wirkt beides auf dieses Milieu?	Mit der „rosaroten Brille“ arbeiten, Schönfärberei verwenden – das führt zu Misstrauen.
	Ihre normativen Positionen wertschätzen und als bedeutsame Aspekte benennen	Ihre Perspektive zulassen oder sich unbewusst (oder bewusst) auf die Seite derjenigen schlagen, gegen die sie eigentlich kämpfen

	Dos	Don'ts
	Ihren Sachverstand positiv sehen, sie zur Mitarbeit einladen, ihre Fähigkeiten und ihr Engagement nutzen – anstatt davor zu flüchten	Ökonomische Argumentationen ohne zusätzlichen Sinn und ohne Beachtung von Nebeneffekten und Nachteilen vornehmen – z.B. Verkehrsunfälle als „volkswirtschaftlichen Schaden“ titulieren
	Im Konflikt ruhig, gelassen und objektiv bleiben, auch wenn es schwer fällt	In den „Nahkampfmodus“ gehen, auch wenn man sich angegriffen fühlt
	Sinn vermitteln, den sie goutieren können – sich fragen, was sie an der Sache gut finden könnten	

	Dos	Don'ts
Bürgerliche Mitte	• Ganz genau hinhören, was sie wirklich meinen – vertreten sie wirklich ihre Meinung oder nur die, die von ihnen erwartet wird? • Direkt und „normal“ sprechen, klare Ursachen, klare Konsequenzen aufzeigen, klare Ansagen machen und die Kommunikation nicht mit Nebensächlichkeiten überfrachten • Erfahrbar bleiben – ihre Lebenswirklichkeit respektieren und berücksichtigen, um nicht zu abstrakt zu kommunizieren • Grenzen des Privaten respektieren und berücksichtigen	• Gesagtes zu wenig reflektieren und als „bare Münze“ zu nehmen – sie sagen Dinge oft nicht, wie sie sie meinen, um nicht anzuecken und Konflikte zu vermeiden. • Kommunikation im Stil von „Tacheles reden“, dabei Grenzen verletzen, vermeintliche soziale Erwünschtheit ignorieren • Sie exponieren – sie zur allzu öffentlichen Kommunikation zwingen und damit möglichen kommunikativen Angriffen aussetzen; als Konsequenz machen sie dann gerne „zu“.
Adaptiv-Pragmatische	• Argumente richtig präsentieren – klar, eindeutig, nicht zu komplex und überhäuft mit Bedenkenswertem, was die Sache immer undurchsichtiger macht • Sie erwarten gerade von offiziellen Stellen verständliche Informationen, die nicht die Obrigkeit herauskehren, sich auch nicht anbiedern – statt der gängigen Amtssprache mit Lebendigkeit, Interesse, Begeisterung und Empathie kommunizieren und damit positiv überraschen. • Mit konkreten Beispielen arbeiten, indem man nah an ihrem Leben, am Alltag, an der direkt erfahrbaren bzw. erfahrenen Realität bleibt – nachvollziehbar bleiben • Ihrem pragmatischen Nutzenkalkül Rechnung tragen: Was bringt ihnen die Sache, ist sie ihnen wichtig, was bedeutet sie für sie?	• Expertensprache, Intellektuellen- oder Amtssprache verwenden – sie sind keine „Amtshasser“, haben aber gegenüber Ämtern, Politik, Institutionen eine unspektakuläre, sehr praktische Einstellung. • Beeindrucken wollen durch Titel, (berufliche) Positionen – das sorgt schon für anfänglichen Respekt, sie fühlen sich allerdings nicht unterlegen und nicken einfach ab. • Direkte Konfrontationen oder Konflikte suchen – das liegt ihnen nicht, sie wollen die Selbstbeherrschung nicht verlieren; das kann allerdings schon mal passieren bei verbiesterter Prinzipienreiterei und Provokation. • Bei ernsthaften Dingen Witze auf Kosten anderer machen und Verhalten nach dem Schema „nach unten treten und nach oben buckeln“

Ein Beispiel: Paul Watzlawick und die Geschichte mit dem Hammer

Paul Watzlawick (* 25.07.1921 – Villach, Österreich, † 31.03.2007 – Palo Alto, Kalifornien) war Kommunikationswissenschaftler, Psychotherapeut, Psychoanalytiker, Soziologe, Philosoph und Autor.¹⁴⁵ Er hat die Kommunikationswissenschaften geprägt und in seiner Arbeit immer Beispiele zur Verdeutlichung herangezogen. Eines davon ist die berühmte Geschichte mit dem Hammer. Sie soll verdeutlichen, was mit der sogenannten „self-fulfilling prophecy“ gemeint ist (also die selbsterfüllende Prophezeiung). Hier dient sie einem anderen Zweck – sie soll die Janusköpfigkeit des Bürgerlichen Mainstreams verdeutlichen und zeigen, was passieren kann, wenn Signale einer anderen Person vollkommen falsch interpretiert werden:

„Ein Mann will ein Bild aufhängen. Den Nagel hat er, nicht aber den Hammer. Der Nachbar hat einen. Also beschließt unser Mann, hinüberzugehen und ihn auszuborgen. Doch da kommt ihm ein Zweifel: Was, wenn der Nachbar mir den Hammer nicht leihen will? Gestern schon begrüßte er mich nur so flüchtig. Vielleicht war er in Eile. Aber vielleicht war die Eile nur vorgeschützt, und er hat etwas gegen mich. Und was? Ich habe ihm nichts getan; der bildet sich da etwas ein. Wenn jemand von mir ein Werkzeug borgen wollte, ich gäbe es ihm sofort. Und warum er nicht? Wie kann man einem Mitmenschen einen so einfachen Gefallen abschlagen? Leute wie dieser Kerl vergiften einem das Leben. Und dann bildet er sich noch ein, ich sei auf ihn angewiesen. Bloß weil er einen Hammer hat. Jetzt reicht's mir wirklich. – Und so stürmt er hinüber, läutet, der Nachbar öffnet, doch noch bevor er ‚Guten Tag‘ sagen kann, schreit ihn der Mann an: ‚Behalten Sie Ihren Hammer, Sie Rüpel!‘“ (Watzlawick 1987, S. 219 – aus Frindte 2001, S. 59f.¹⁴⁶)

¹⁴⁵ <http://www.paulwatzlawick.de/paulwatzlawick.html> [18.06.2012]

¹⁴⁶ Frindte (2001), a. a. O.

Traditionelles Milieu und Kommunikation

Die Traditionellen heben sich in vielen Aspekten der Kommunikation stark von anderen Milieus ab, besonders die jungen, aufstiegsorientierten Kritisch-Kreativen sind ihnen fern. Mit vielen (kommunikativen) Entwicklungen können sie nicht mithalten; die Mittel, die ihnen heute zur Verfügung stehen, überfordern sie; aktive Teilhabe am Geschehen in ihrer Umgebung und der Welt nehmen sie oft nur eingeschränkt und aus zweiter Hand (also beispielsweise über Bekannte, aber stark auch über das Fernsehen) wahr.

Die Arena – das kommunikative Umfeld

Ihr kommunikatives Umfeld besteht in erster Linie aus ihrem eigenen, kleinen Mikrokosmos, also ihr Heim, ihre Nachbarn, ihre Verwandtschaft. Bei immer weniger Traditionellen spielt die Arbeit als kommunikative Arena noch eine Rolle. Auch Vereine, Stammtische und Kaffeekränzchen dienen nicht mehr oft dem kommunikativen Austausch. Das direkte Umfeld wird immer kleiner und um neue Beziehungen aufzubauen, fühlen sie sich nicht selten zu alt. Und so konzentriert sich alles auf das direkte und unmittelbare Umfeld und die früheren Arenen, in denen man sich bewegte (z. B. die Arbeit, der Freundeskreis, Sportvereine), werden immer öfter durch Gespräche am Gartenzaun ersetzt.

Die Kommunikationsziele

Dabei ist Kommunikation für sie als Mittel der Beziehungspflege eigentlich wichtig – dass man miteinander redet ist wichtig. Worüber geredet wird, allerdings nicht, und es muss ja auch nicht lange und ausschweifend sein. Aber Reden und Sich-Austauschen tut gut und befriedigt das Mitteilungsbedürfnis. Kommunikation dient eben auch dazu, die Alltagssorgen loszuwerden, den Frust und die Orientierungslosigkeit in der sich immer fremderen Welt abzuladen.

Gerade in ihrer Tendenz dazu, Unordnung und (familiäre) Probleme zu verbergen, ähneln sie dem Milieu der Konservativ-Etablierten. Auch für dieses Milieu gehört es zum „guten Ton“, dass man seine Probleme zum einen nicht vor sich herträgt, zum anderen sind ihnen solche Probleme höchst unangenehm und passen nicht zu ihrem Selbstbild bzw. ihrer Lebenswelt, in der alles seinen geordneten Gang gehen soll.



	Traditionelle
Zweck von Kommunikation	Sie wollen sich mitteilen und ihr zum Teil starkes Mitteilungsbedürfnis befriedigen – sie wollen ihre Probleme, ihren Frust und ihre Orientierungslosigkeit verbalisieren, aussprechen und loswerden. Mit Kommunikation wollen sie ihre Einsamkeit überwinden, gleichzeitig ist Kommunikation auch Unterhaltung, eine Ablenkung von den alltäglichen großen und kleinen Sorgen.
Das wollen sie zeigen:	Sie wollen sich zeigen, wollen wahrgenommen werden – das passiert leider immer seltener; sie haben das Gefühl, dass sie nicht mehr gänzlich von ihrer Umwelt registriert und ernst genommen werden. Sie wollen auch zeigen, dass sie rechtschaffende Menschen sind und zu denen gehören, die keine Probleme bereiten werden, nicht aus der Reihe fallen und das tun werden, was von ihnen erwartet wird. Ihre Fassade, die anderen ihr Pflicht- und Ordnungsparadigma demonstrieren und zeigen soll, dass sie ihr Leben im Griff haben
Das wollen sie verbergen:	Sie wollen all das verbergen, was eben nicht in ihr Ordnungs- und Pflichtparadigma passt, Fehler in ihrer Rechtschaffenheit, beispielsweise Schmutz und Unordnung im Äußeren und Inneren, familiäre Probleme, moralisches Versagen, Schulden, Armut, Schwäche – das gilt auch für Dinge, die sie selber verschuldet haben. Schwäche durch Schicksalsschläge oder Fremdverschulden und Krankheit wird allerdings nicht verborgen.

Der Kommunikationsstil

Passend zu ihrem Ordnungsparadigma ist ihnen ihr Auftreten entsprechend wichtig. Kleidung wählen sie dem Anlass entsprechend aus, der „Sonntagsstaat“ ist ihnen noch ein geläufiger Begriff, und zu offiziellen Anlässen sind sie entsprechend gekleidet. Kleidung ist also immer auch ein Element der eigenen Würde und der Achtung anderer. Dieses Verhalten erwarten sie auch von anderen.

In ihrer Kommunikation sind sie wenig flexibel; thematische Spektren sind wenig variabel und vielfältig. Was Themen angeht, bleiben sie gerne auf „sicherem Boden“, kommunizieren am liebsten im engen Umfeld, mit Leuten, die sie kennen, und bleiben gerne bei lokalen Ereignissen und unverfänglichen Angelegenheiten wie dem Wetter, Klatsch und Tratsch, Gesundheit, die Kinder etc. Werden die thematisch gewohnten Pfade verlassen, agieren sie tendenziell defensiv und immer wieder die eigene Unwissenheit entschuldigend. Wahrscheinlich sind sie auch aus diesem Grund nicht unbedingt diskutierfreudig. Viele Diskussionen sagen ihnen nichts, weil Themen, die anderen Milieus wichtig sind, für sie schlicht uninteressant bzw. irrelevant sind oder bei ihnen einen „falschen Nerv“ treffen.

Sie verwenden eine einfache Sprache und einfache sprachliche Konzepte. Oft sprechen sie Dialekt und verfügen verglichen mit anderen Milieus über einen begrenzten Wortschatz. Hinzu kommt, dass sie in sehr traditionellen Bildern reden, die aus Sicht anderer Milieus vollkommen altmodisch und verstaubt daherkommen. Schon ein großer Teil der heute gängigen Bildwelten aus TV und Werbung sind ihnen sehr fremd, vor allem die Bildwelten der jungen Milieus schrecken sie vermutlich gar ab. Hinzu kommt, dass sie inhaltlich nur begrenzt aufnahmefähig sind – bei Sprüngen zwischen Themen und Sachverhalten können sie mit den anderen Milieus nicht mehr mithalten, das ist ihnen zu anstrengend und entspricht auch nicht der Art und Weise, wie sie am liebsten kommunizieren: eine Sache nach der anderen, einen Schritt nach dem nächsten und nicht überstürzt und durcheinander, wie sie das vor allem bei den jüngeren Milieus oft beobachten müssen.

Kommunikation mit anderen – Konfliktpotenziale und Herausforderungen

Sie selbst werden von anderen Milieus eigentlich kaum noch wahr- und ernst genommen. Sie werden respektiert, aber für viele gelten sie nicht (mehr) als gleichrangige Gesprächspartner. Das gilt ganz besonders für die jungen Kritisch-kreativen Milieus, die im Leben ganz andere Dinge umtreiben als die Traditionellen. Gerade aus deren Perspektive mögen sie als rückständig gelten, als Menschen, die in einer anderen und längst vergangenen Welt leben. Aus diesem Blickwinkel betrachtet erscheinen sie oft aus einer anderen Zeit.

Problematisch bei den jungen Milieus kann auch deren Auftreten sein: Traditionelle legen Wert auf ein gepflegtes Erscheinungsbild, kleiden sich dem Anlass angemessen und drücken damit (aus ihrer Sicht) Wertschätzung und Respekt für andere aus. Schlampigkeit und für sie augenscheinliche Vernachlässigung des Auftretens wird von ihnen dann schnell in die Schublade „unmöglich“ oder gar „asozial“ gesteckt. Ein Beispiel wäre hier Mark Zuckerberg, der Gründer und Vorstandsvorsitzende von Facebook, der einerseits ein erfolgreicher Geschäftsmann ist und vor dessen Erfolg man Respekt und Achtung haben sollte; sein Erscheinungsbild, andererseits, ist den Traditionellen wohl aber ein Rätsel, denn das passt nicht in ihre Vorstellung eines erfolgreichen Geschäftsmanns.¹⁴⁷ Ohne Zweifel sorgen bestimmte Subkulturen und ihre Art und Weise, sich zu kleiden (Stichwort Punks), dann für noch mehr Verwirrung und Missbilligung.

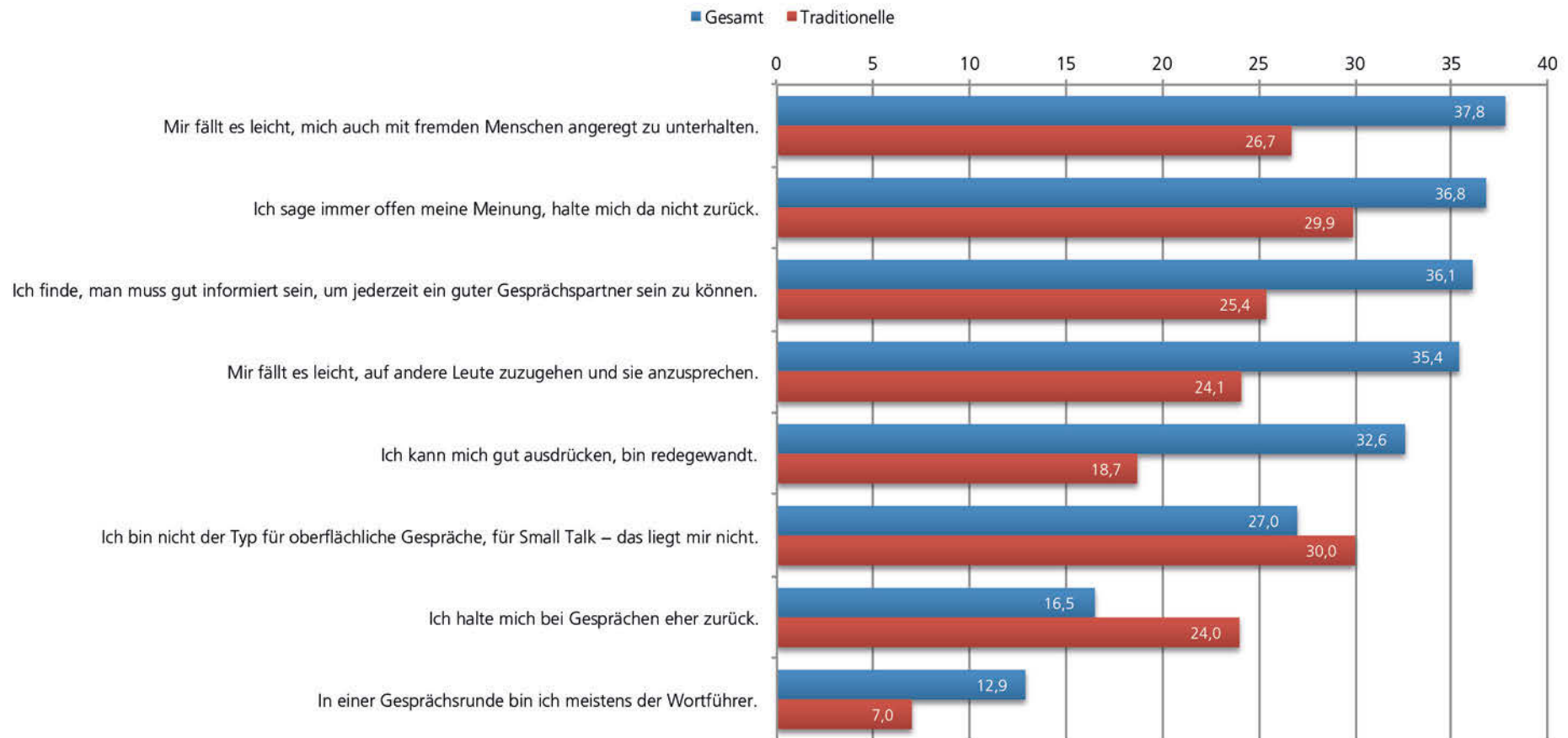
¹⁴⁷ SPIEGEL ONLINE titelte gar: „Facebook-Gründer Zuckerberg. Geldsammler im Kapuzenpulli“ <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/facebook-mark-zuckerberg-wirbt-fuer-boersengang-um-investoren-a-831890.html> [16.05.2012]

Abbildung 141: Traditionelle – Kommunikationsweise

Angaben in Prozent

Frage: „Auf diesen Seiten geht es um Ihre ganz persönliche Einstellung zu verschiedenen Lebensbereichen. [...] Wir möchten gerne wissen, inwieweit diese für Sie persönlich zutreffen.“

Antwort 5 + 6 (Antworten auf einer 6er-Skala: 1 = „trifft überhaupt nicht zu“, 6 = „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Ihnen nahestehende Milieus finden sie in den Konservativ-Etablierten und der Bürgerlichen Mitte. Grundsätzlich hegen sie einen großen Respekt für die erfolgreichen und gehobenen Milieus. Dieser Respekt gilt besonders den Konservativ-Etablierten, zum Teil auch den Liberal-Intellektuellen. Jedoch bestehen große Distanzen zu Intellektuellen, Hochgebildeten, die ebenso kommunizieren und denen sie nicht immer folgen können. Die Distanz ist allerdings keineswegs aggressiver Art, sondern führt dazu, dass sie sich in ihrer Gegenwart klein fühlen und ihre Unterlegenheit spüren. Wenn diese Hochgebildeten sich bemühen, „normal“ zu reden, reduziert sich diese Distanz, sie vermeiden nicht den Kontakt, ein gewisser Respekt bleibt aber.

Skeptischer treten sie den Performern gegenüber. Ihre Effizienzorientierung macht sie zu Ökonomen, die den Menschen an sich ignorieren. Aus Sicht der Traditionellen sind Performer Menschen ohne ein Gefühl für Solidarität, und das macht sie für sie tendenziell unsympathisch, eigensinnig und egoistisch – sie zeichnet also all das aus, was Traditionelle oft verabscheuen.

Mitleid haben sie hingegen mit den Prekären, aus ihrer Sicht bedauernswerte, aber auch nicht selten arbeitsscheue Menschen. Völliges Unverständnis trifft allerdings die Konsum-Hedonisten, Experimentalisten und Expeditiven. Bei Letzteren ist zumindest erkennbar, dass sie im Leben klarkommen, aber vor allem die Konsum-Hedonisten sorgen nur für Kopfschütteln und verdienen für ihren (aus Sicht der Traditionellen) exzessiven Lebensstil keinen Respekt. Die Adaptiv-Pragmatischen sind die einzigen unter den jungen Milieus, denen die Traditionellen etwas abgewinnen können. Aus ihrer Sicht sind sie patente, nette junge Leute, weniger sprunghaft und aufgeregt als die Kritisch-Kreativen und bei Weitem zielstrebigere als die Konsum-Hedonisten.

Mediennutzung – Welche Kanäle nutzen sie?

Traditionelle sind Nutzer der klassischen Medien; das Internet sorgt bei ihnen für Verunsicherung und Angst, viele hegen den neuen Medien gegenüber großes Misstrauen, und dieses Misstrauen lässt sich in den Daten zur Mediennutzung wiederfinden.

Die aufgeführten klassischen Medien nutzen die Traditionellen (leicht) überdurchschnittlich oft im Vergleich zum Durchschnitt. Besonders Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierte konsumieren sie überdurchschnittlich häufig. Auch in diesem Milieu scheint das Fernsehen zum beliebtesten Medium zu gehören. Mit dem großen Anteil an Rentnern und Senioren in diesem Milieu bleibt auch mehr Zeit für das Konsumieren dieser Medien. Zu beachten gilt hier, dass diese Art der Medien als ihre Verbindung zur Außen-

welt gelten kann – Informationen dazu, was in der Welt passiert, erfahren sie meistens aus diesen Medien (andere Milieus, ganz besonders die jungen, suchen aktiv nach Informationen zu Themen im Internet, beschaffen sich dazu unterschiedliche Meinungen).

Wichtig bei der Nutzung von Medien scheint mit Blick auf die Funktionen von Medien zu sein, dass sie sich einen Überblick über die aktuellen und wichtigen Geschehnisse verschaffen. Dass diese Informationen auch für das Berufsleben wichtig sein können, spielt in diesem Milieu eher eine untergeordnete Rolle. Im Vergleich zu einigen anderen Milieus scheint ihnen jedoch der Unterhaltungscharakter der Medien tendenziell wichtiger zu sein.

Mit Blick auf die TV-Genres scheinen zwei Arten von TV-Genres dominant: Talkrunden und Gerichtsschows. Zum einen scheinen also politische Ereignisse, die oft in solchen Runden diskutiert werden, im Vordergrund zu stehen. Zum anderen spielt wohl auch die unterhaltende Seite des Fernsehens für dieses Milieu eine Rolle. Gerade mit Blick auf den unterhaltenden Charakter von Fernsehen dürfte die Art und Weise der Kommunikation diesem Milieu entgegenkommen: Sie ist alltagsnah, geschilderte Probleme sind nachvollziehbar und die Sprache ist pragmatisch und verständlich.

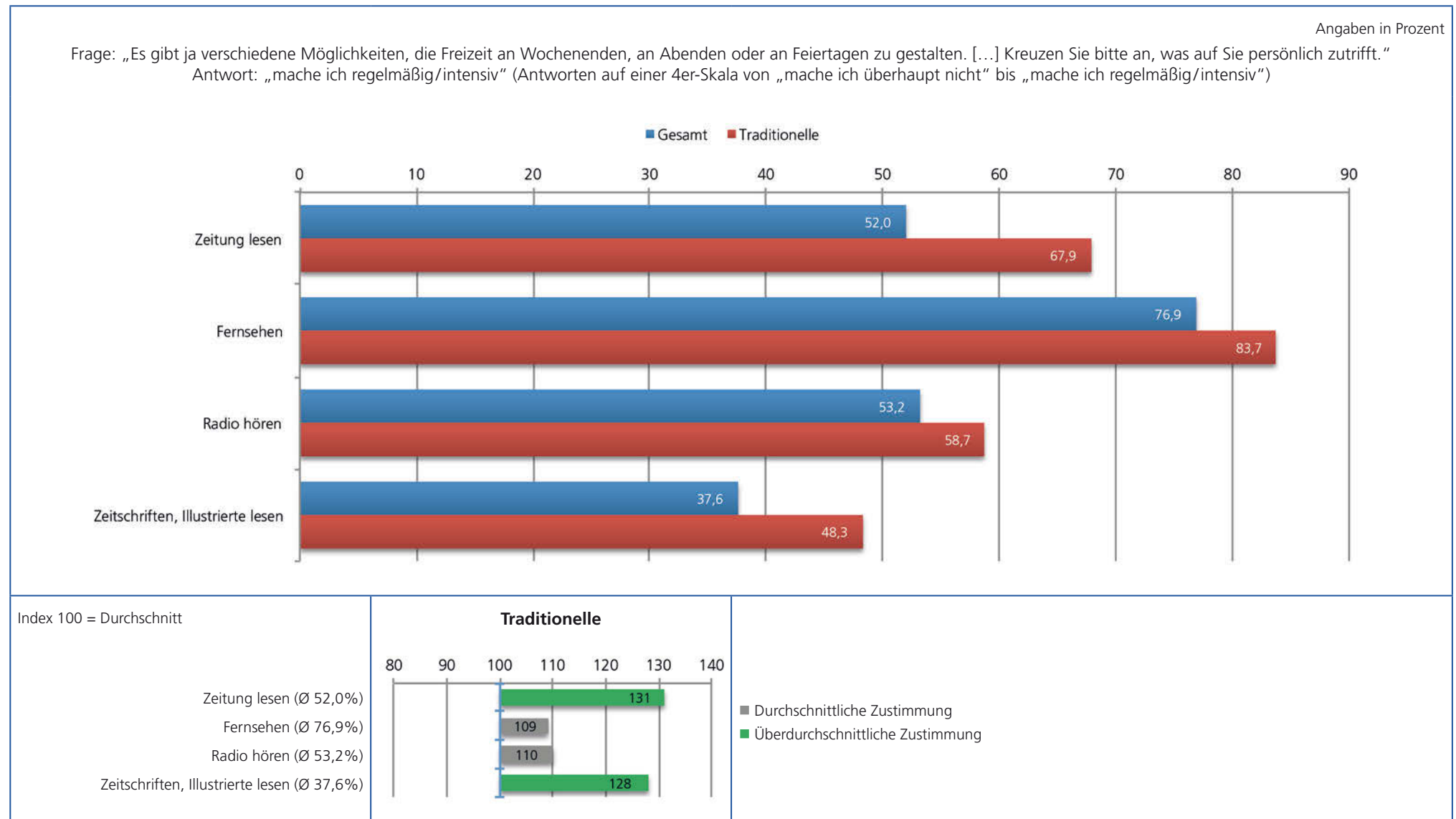
Hinsichtlich der Nutzung des Internets ist die Datenlage eindeutig: Die wenigsten der Traditionellen sind online und geübt im Umgang mit dem Internet und seinen Möglichkeiten. Laut der Daten der Typologie der Wünsche nutzen gerade einmal 16,3 Prozent der Traditionellen das Internet bzw. World Wide Web.¹⁴⁸ Nach den Internetmilieus des Sinus-Instituts zählen sie zu den internetfernen Verunsicherten.¹⁴⁹ Sie zählen in erster Linie zu den sogenannten Offlinern und nutzen das Internet nur gelegentlich. Sie über das Internet erreichen zu wollen, ist folglich also fast unmöglich. Hinzu kommt, dass sie vielen Informationen im Internet schlicht nicht vertrauen – das gedruckte Wort zählt hier mehr, ist als Quelle vertrauenswürdiger und vor allem bekannt und gewohnt.

Bei den genutzten Onlineanwendungen und -angeboten wird dieser Eindruck weiter verstärkt: In allen Bereichen sind sie stark unterrepräsentiert. Das liegt zum einen am vorhandenen Misstrauen gegenüber diesen Angeboten. Zum anderen zeigt sich hier auch die Überforderung mit dem Internet im Allgemeinen und den Anwendungen

¹⁴⁸ Typologie der Wünsche 2013 II; Frage: „Nutzen Sie zur Zeit zumindest gelegentlich im privaten oder beruflichen Rahmen oder im Rahmen der Ausbildung das Internet bzw. das World Wide Web?“; Antwort: Zusammenfassung Ja, beruflich/privat/Ausbildung

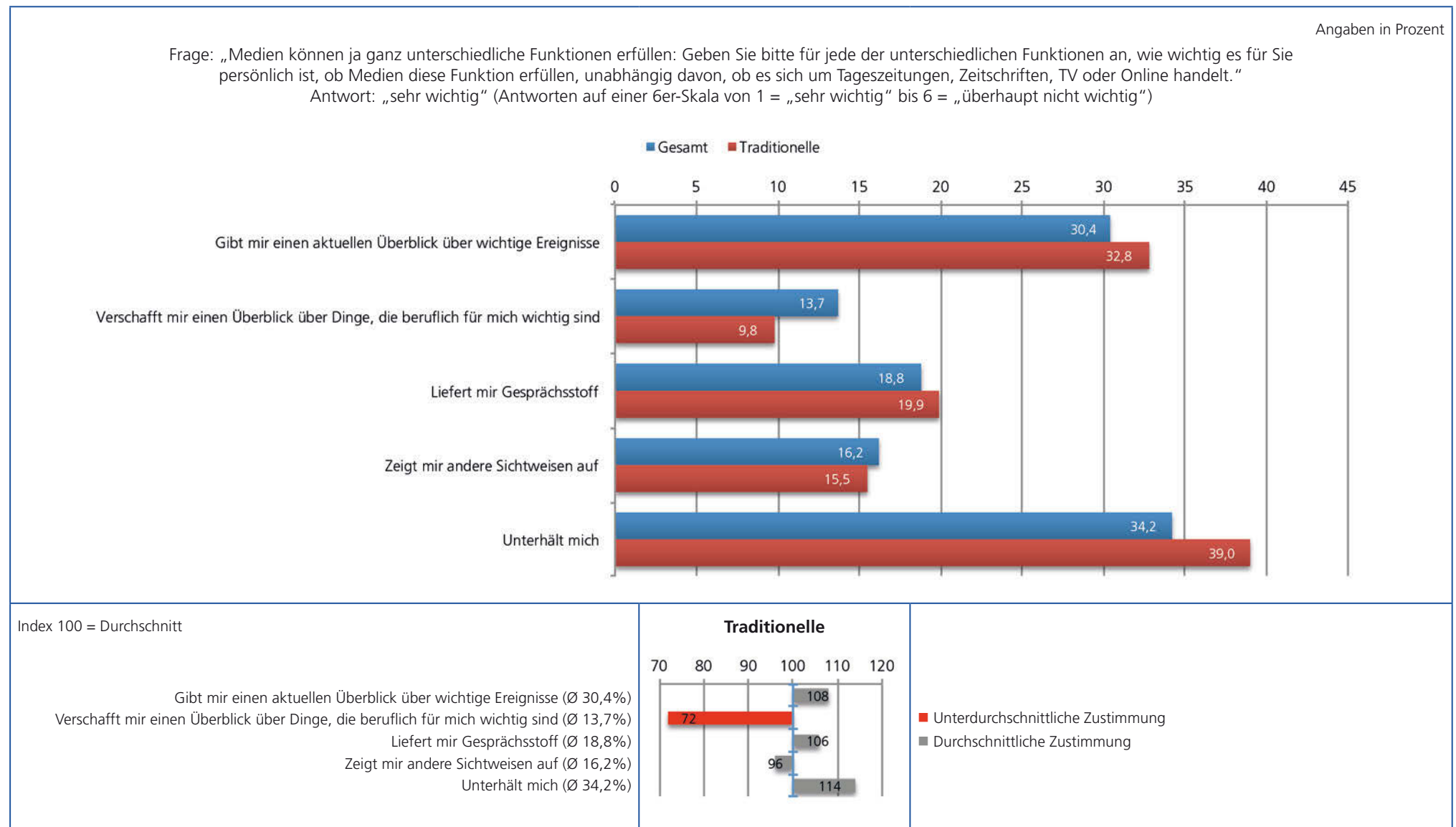
¹⁴⁹ Sinus-Institut Heidelberg (2012): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet

Abbildung 142: Traditionelle – Mediennutzung in der Freizeit



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 143: Traditionelle – Funktionen von Medien

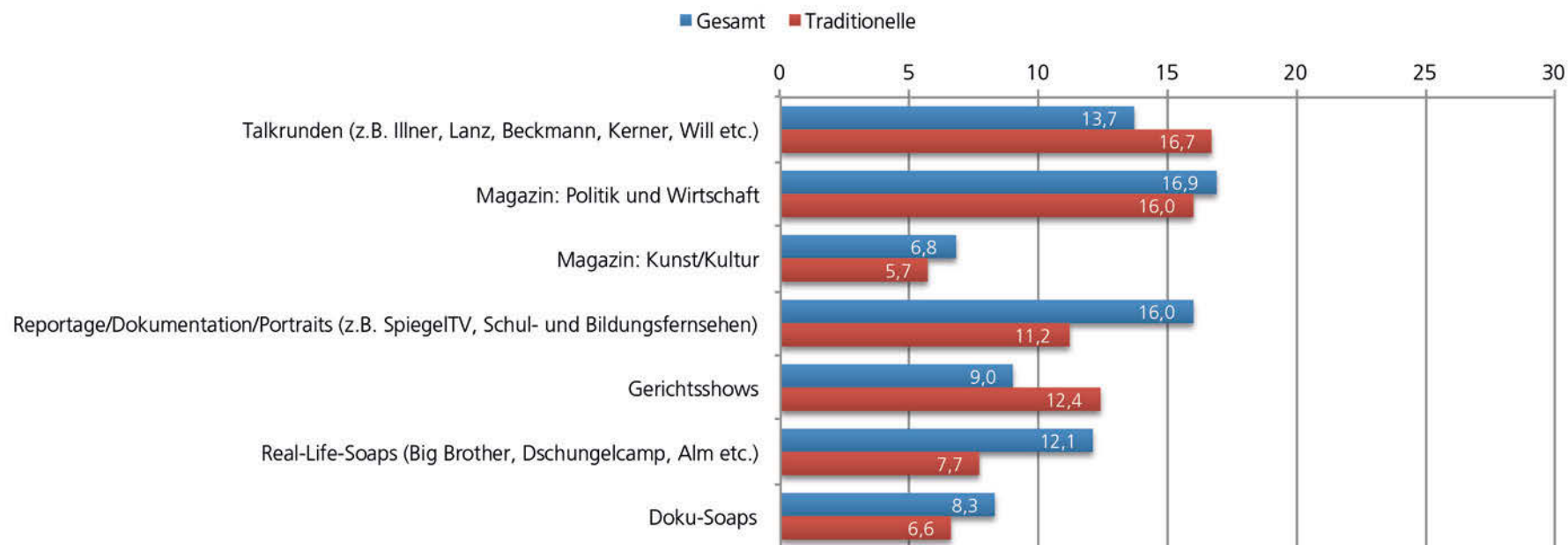


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 144: Traditionelle – TV-Genres

Angaben in Prozent

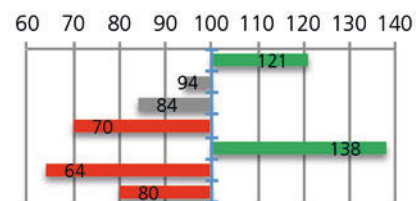
Frage: „Wenn Sie einmal an das Fernsehprogramm denken: Wie stark interessieren Sie sich für die Sendungen auf diesen Seiten?“
 Antwort: Zusammenfassung Ausprägung 5 und 6 (Antworten auf einer 6er-Skala von 1 = „überhaupt nicht interessiert“ bis 6 = „sehr interessiert“)



Index 100 = Durchschnitt

Traditionelle

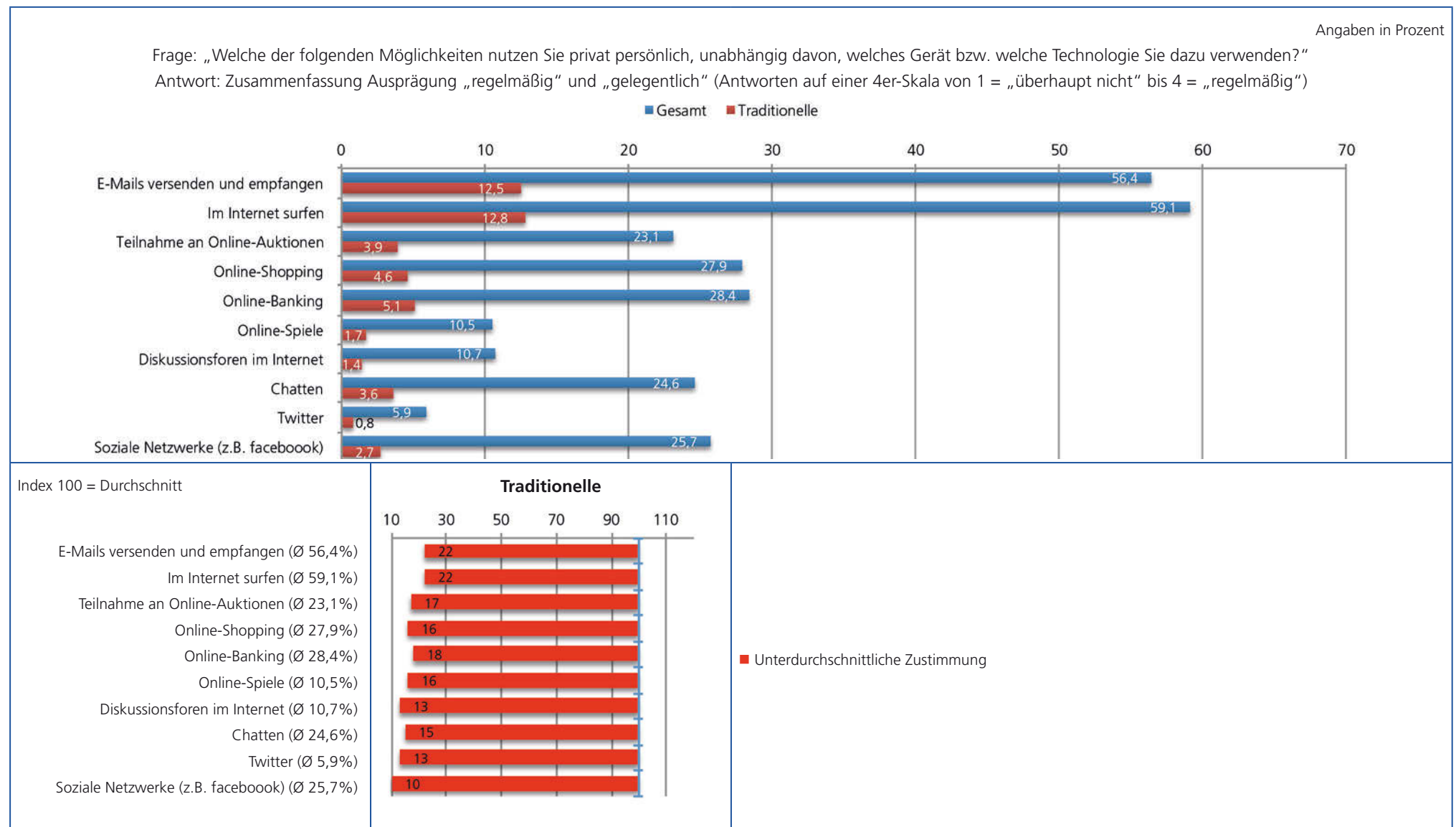
Talkrunden (z.B. Illner, Lanz, Beckmann, Kerner, Will etc.) (Ø 13,7%)
 Magazin: Politik und Wirtschaft (Ø 16,9%)
 Magazin: Kunst/Kultur (Ø 6,8%)
 Reportage/Dokumentation/Portraits (z.B. SpiegelTV, Schul- und Bildungsfernsehen) (Ø 16,0%)
 Gerichtsshow (Ø 9,0%)
 Real-Life-Soaps (Big Brother, Dschungelcamp, Alm etc.) (Ø 12,1%)
 Doku-Soaps (Ø 8,3%)



■ Unterdurchschnittliche Zustimmung
 ■ Durchschnittliche Zustimmung
 ■ Überdurchschnittliche Zustimmung

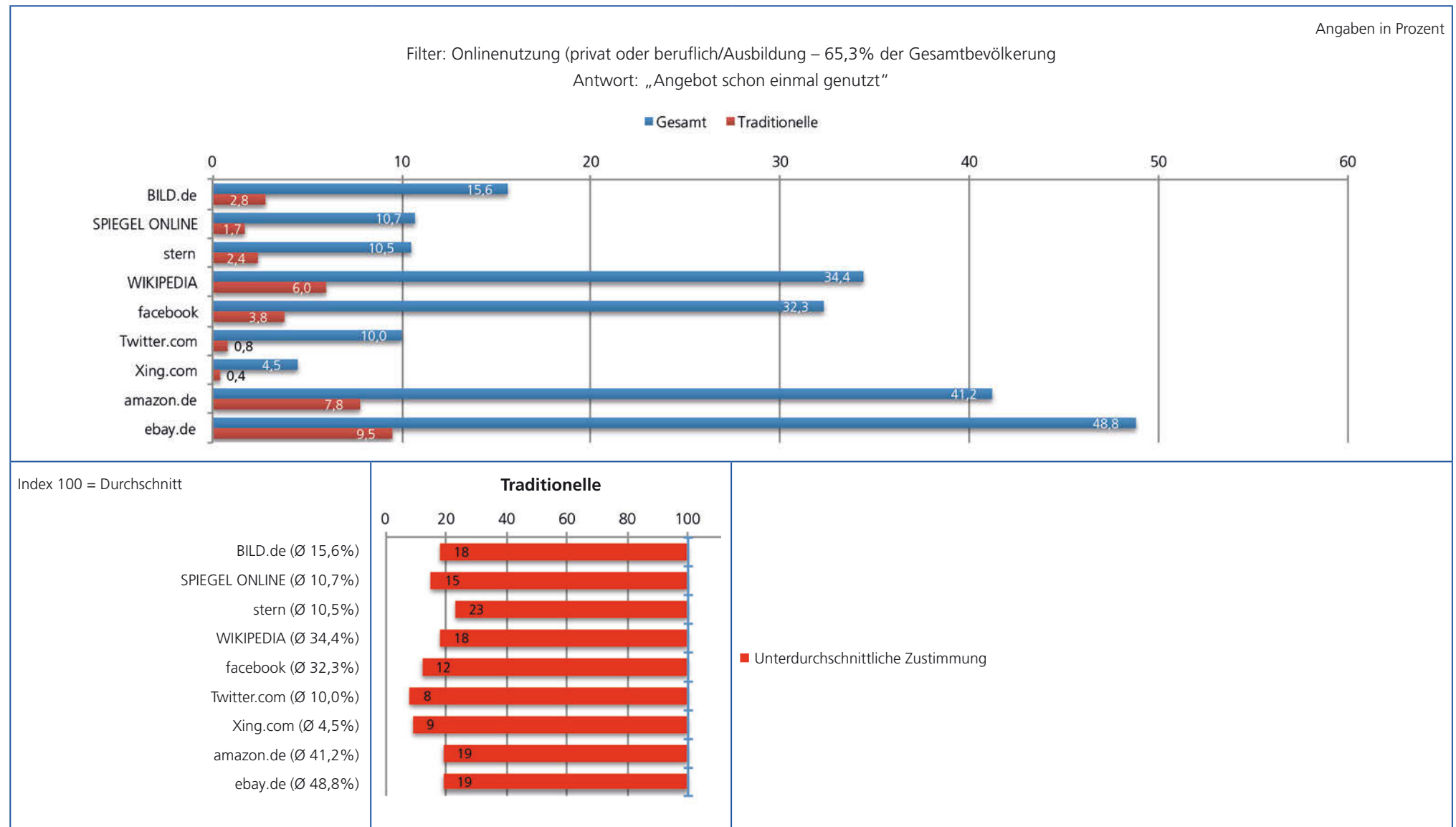
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 145: Traditionelle – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 146: Traditionelle – Schon einmal genutzte Onlineangebote



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

bzw. Angeboten im Besonderen. Mit Diensten wie Sozialen Netzwerke können sie nur wenig anfangen und auch Angebote wie SPIEGEL ONLINE werden in diesem Milieu so gut wie gar nicht genutzt. Als Quelle für Informationen und Nachrichten dienen hier die klassischen Medien.

Schlussfolgernd heißt das auch, dass Beziehungspflege über E-Mail und Soziale Netzwerke, wie bei den jungen und vor allem den Kritisch-kreativen Milieus, hier nicht infrage kommt. Geschätzt wird Face-to-Face-Kommunikation, das ist höflicher, gebietet (in ihrem Verständnis) der Anstand und ist für sie vertrauenswürdiger und eigentlich die einzig richtige Art und Weise zu kommunizieren.

Zusammenfassend: Kommunikative Dos & Don'ts

	Dos	Don'ts
Traditionelle	Insofern auf sie einstellen, dass ihre grundlegenden Rechtschaffenheits-erwartungen erfüllt werden und ebenso mit ihnen kommuniziert wird – so verstehen sie inhaltlich und spüren, dass sie als Menschen ernst genommen und geschätzt werden. Ansonsten wird ihr Rückzug provoziert.	Öffentliches Exponieren: Persönliche Beiträge in öffentlichen Veranstaltungen führen zu Überforderung. Es wäre zu überlegen, ob ihre Meinung anders eingeholt werden kann.
	Komplizierte Sachverhalte in einfachen Worten erklären, Zusammenhänge und Wahrheiten übersetzen	Lösungsvorschläge erwarten – sie entwickeln keine Lösungen, sie hören aber zu, bilden sich eine Meinung, haben Anmerkungen.
	Lebensnah bleiben: In der Kommunikation sollte es um praktische und lebensnahe Problemlösungen gehen – es müssen ihre Probleme gelöst werden, auch wenn diese oft anders aussehen als die anderer Milieus.	Abstrakte, unkonkrete und visionäre Ideen und Vorschläge mit ihnen diskutieren wollen
	Auf Basis von konkreten Plänen, Vorschlägen, Vorhaben mit ihnen reden	Anglizismen, Managerrhetorik kommen nicht an – also die Sprache, die bei den Performern gut ankommt.
		Veränderungen kommen nicht gut an – sie wollen, dass alles so bleibt, wie sie es kennen und gewohnt sind.

Ein Beispiel: Mit dem „Tante-Emma-Laden“ bricht die kommunikative Arena der Traditionellen weg

„Früher“ gab es in jedem Dorf einen Dorfladen, den „Tante-Emma-Laden“ oder (in den neuen Bundesländern) den „Konsum“. Diese Läden, aber auch Wochenmärkte und Markthallen, hatten zum einen die Funktion, die Nachbarschaft mit allem zu versorgen, was im alltäglichen Bedarf gebraucht wurde. Zum anderen hatten sie auch eine sehr soziale Funktion: Hier trafen sich die Nachbarn, hier hat man sich ausgetauscht, den neuesten Klatsch und Tratsch aus dem Dorf oder eben dem Stadtteil gehört und weitergegeben – kurz, hier wurden Beziehungen gepflegt. Was den Expativen heute Facebook ist, ist den Traditionellen ihr „Tante-Emma-Laden“ um die Ecke, der fester Bestandteil ihres sozialen Netzwerks war. Mit der Dynamik des Handels haben sich auch die Läden verändert und aus „Tante Emma“ wurde Aldi und Lidl oder andere große Supermarktketten. Und je größer die Supermärkte wurden, desto anonym wurden sie – sie bieten keinen (im besten Fall kaum) Raum zum „Klatschen und Tratschen“; die Verkäufer wechseln fast täglich, ebenso unbekannt sind die anderen Menschen, die dort einkaufen gehen. Und damit bricht leider auch ein Teil der traditionellen Lebenswelt und kommunikativen Arena weg. Zusätzlich steigt die Unsicherheit, wenn die Umgebung sich mit dem Auftauchen der Supermärkte verändert, in direkter Nachbarschaft nur noch Unbekannte zu sehen sind und jeder mit sich selbst beschäftigt ist.

„Tante-Emma-Läden“ sind inzwischen wieder auf dem Vormarsch, auch oder vielleicht gerade in Großstädten wie Berlin ist diese Entwicklung zu beobachten. Einige verfolgen damit das Ziel, die altbekannte Vertrautheit wieder herzustellen, und kombinieren damit moderne Aspekte, wie beispielsweise einen Online-Shop.¹⁵⁰ Inwieweit sich Traditionelle dort wieder aufgehoben fühlen, ist an dieser Stelle fraglich, aber ihrem Bedürfnis nach einer persönlichen Kommunikation (im Kontrast zur Anonymität der Discounter) kommt diese Entwicklung wahrscheinlich sehr entgegen.

¹⁵⁰ Zum Beispiel: <http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/546706/Zwei-Pfund-Nostalgie-bitte> [21.05.2012]

Prekäre Milieus und Kommunikation

Die Kommunikation der Prekären und der Konsum-Hedonisten lässt sich auf den ersten Blick durch ihre Konzentration auf das eigene Umfeld und Peergroups (primäre soziale Bezugsgruppe) charakterisieren. In dieser Hinsicht ähneln sich beide Milieus in diesem Segment sehr. Große Unterschiede werden allerdings in der Mediennutzung und ganz besonders der Nutzung des Internets deutlich. Hier ähneln die Prekären eher den Traditionellen und fallen in vielen Aspekten weit hinter den Konsum-Hedonisten ab.

Die Arena – das kommunikative Umfeld

Die Prekären Milieus bewegen sich in erster Linie in einem kommunikativen Umfeld, welches durch „ihresgleichen“ geprägt ist. Insgesamt kommunizieren sie eher in einem räumlich begrenzten und nicht weit ausufernden sozialen Raum. Die soziale Reichweite ist gerade im Vergleich zu anderen Milieus sehr gering, und Kommunikation beschränkt sich hier in erster Linie auf die Peergroups.

Die Nachbarschaft spielt hier eine Rolle und ist Teil der Arena, allerdings nicht im idealistischen Sinne und ebenso wenig ambitioniert wie die Kommunikation im Arbeitsumfeld – hier wird kommuniziert, aber doch eher, weil es sein muss. Dementsprechend gibt es hier wenige gegensätzliche Kommunikationsimpulse oder Vielfalt wie beispielsweise bei den Kritisch-kreativen Milieus, wo sich das Umfeld aus unterschiedlichsten Menschen zusammensetzt und Kontraste und Gegensätze als ganz natürlich und anregend wahrgenommen werden. Überhaupt hält sich der Kontakt zu anderen Milieus in Grenzen.

Innerhalb der eigenen Kommunikationsarena ist es allerdings umso wichtiger dazugehören. Nach außen hin grenzen sich die Milieus ab, aber untereinander ist ein Zugehörigkeitsgefühl zur Peergroup äußerst wichtig.

Die Kommunikationsziele

In ihren Kommunikationszielen unterscheiden sich beide Milieus in einigen Aspekten. Auf der einen Seite wollen beide Milieus die Zugehörigkeit zu einer Gruppe demonstrieren. Während sich die Prekären in ihrer Kommunikation eben auf das „Dazugehören“ konzentrieren, wollen Konsum-Hedonisten sich auch von anderen abheben und abgrenzen. Auch ihnen ist das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe wichtig, ihnen ist es aber gleichzeitig wichtig, dass sie mit ihrer Kommunikation zeigen, dass sie eben



zu anderen Gruppen nicht gehören. In diesem Kontext dient Kommunikation den Konsum-Hedonisten auch zur eigenen Identitätspflege. Für beide Milieus gilt allerdings, dass Kommunikation nicht als intellektueller Spaß dienen soll, wie beispielsweise bei den Leitmilieus (und hier ganz besonders den Liberal-Intellektuellen), die sich in ihrer kommunikativen Arena messen und damit ihr Wissen, ihre Intellektualität und eben auch ihre Überlegenheit demonstrieren wollen. Diese Milieus identifizieren sich zudem stark über ihren Wissensschatz und können ihn ebenso gut kommunizieren. Bei den Prekären gilt an dieser Stelle unbedingt zu berücksichtigen, dass ihnen die Grundlagen für diese Art der Identitätsbildung fehlen, die andere Milieus intensiv nutzen. Weder die hedonistische negative Abgrenzung noch Bildung und Intellektualität, beruflicher Erfolg und Einkommen oder das Kleinbürgerliche stehen ihnen als Rahmen für Identifikation zur Verfügung. Es gibt mit Ausnahme einer Sehnsucht nach Familie und Zugehörigkeit kaum Ansatzpunkte für eine intrinsische (aus eigenem Antrieb, von sich aus) Orientierung.

Der Vergleich verdeutlicht die unterschiedlichen Zwecke und Ziele von Kommunikation. Im Gegensatz zu den Konsum-Hedonisten fehlt den Prekären ein eindeutiger Rahmen für die eigene Identität und Identifikation, wie eben die Abgrenzung der Konsum-Hedonisten. Prekäre versuchen, Erwartungen zu erfüllen, von denen sie denken, dass andere sie an sie stellen, und dieses Bemühen schlägt sich in ihrer Kommunikation als Unsicherheit und Überforderung nieder. In der Kommunikation mit ihnen gilt daher, dass darauf besonders zu achten ist. Auch ihre materiellen Symbole sollten nicht missverstanden werden, denn die versehentliche Ab- oder Aufwertung solcher symbolisch besetzten Gegenstände kann in Kommunikationsfallen führen.

Der Kommunikationsstil

Beide Milieus pflegen einen eher einfachen Kommunikationsstil – ihre Art und Weise zu kommunizieren ist unverschnörkelt, nicht gekünstelt, bedacht oder korrekt. Für beide Milieus gilt, dass eine gehobene und sehr korrekte, bildungsbürgerliche Sprache auf sie abschreckend wirkt. Sind sie damit konfrontiert, führt diese Art der Sprache oft zu Distanz, Unwohlsein und letztendlich gar zu kommunikativem Rückzug.

Konsum-Hedonisten verwenden zudem in ihrer Kommunikation außerordentlich viele (Szene-)Codes und spezielle Ausdrücke, die für sie in ihrer Umgebung umgangssprachlich sind, von Außenstehenden aber nur schwer oder gar nicht verstanden werden. Das, was den Liberal-Intellektuellen ihr Diskutieren und Disputieren ist, ist den Konsum-Hedonisten ihre „Szene-Sprache“ oder „Slang-Ausdrucksweisen“ – in beiden Fällen

	Prekäre	Konsum-Hedonisten
Zweck von Kommunikation	Zugehörigkeit zu einer Gruppe erreichen, zeigen und auch demonstrieren Know-how-Pflege – in diesem Fall in erster Linie „Know-how-Gossip“ – auf dem neuesten Stand bleiben Kommunikation, um sich lebendig zu fühlen, Bestätigung zu erfahren und „Dazugehören“ zu erleben	Abgrenzung von anderen, allem, was sie nicht sein wollen, was sie verachten, z. B. Kleinbürgerlichkeit, Spießertum Kommunikation ist aber auch Grundlage für ein intensives Erleben von Zugehörigkeit zur Peergroup.
Das wollen sie zeigen:	Dass sie dazugehören und mithalten können, dass sie „jemand“ sind – in erster Linie über materielle Symbole mit hohem Nutzwert und gefühlige Gegenstände, wie Elektrogeräte, Autos, Handys, einzelne Markenkleidung – sie sind auch Symbole der Selbstachtung.	Stärke, Unabhängigkeit, Sicherheit – eine Maske, die als Abwehr dient und Unerwünschte auf Distanz hält Coolness, eine betonte Lässigkeit, aber auch demonstratives Desinteresse Demonstrative Darstellung der derzeitigen Gefühlslage
Das wollen sie verbergen:	Ihre Überforderung in vielen Situationen und bei allem, was ihnen fremd ist Ihre intellektuelle Schwäche und ihre Tendenz zu mangelnder Konsequenz und Disziplin Ihre selbst empfundenen Defizite und Chancenlosigkeit und damit auch zusammenhängende Unsicherheit und Unterlegenheit gegenüber wortgewandten Menschen Ihre prekäre Lage und womöglich Hilfsbedürftigkeit, die daraus resultierende Scham	Ihre Schwächen, Ängste und Sorgen, dass sie scheitern könnten oder auch schon gescheitert sind – und dann wollen sie ihre Verbitterung, ihren Frust und ihre Depression ebenso verbergen.

kann man dem Gesagten nur schwer folgen, wenn man nicht dazugehört und als Außenstehender der Kommunikation folgen muss. Dabei kümmern sich Konsum-Hedonisten meist nicht um (kommunikative) Konventionen und haben eine innere Distanz zu Anforderungen wie korrekter Rechtschreibung und Grammatik.

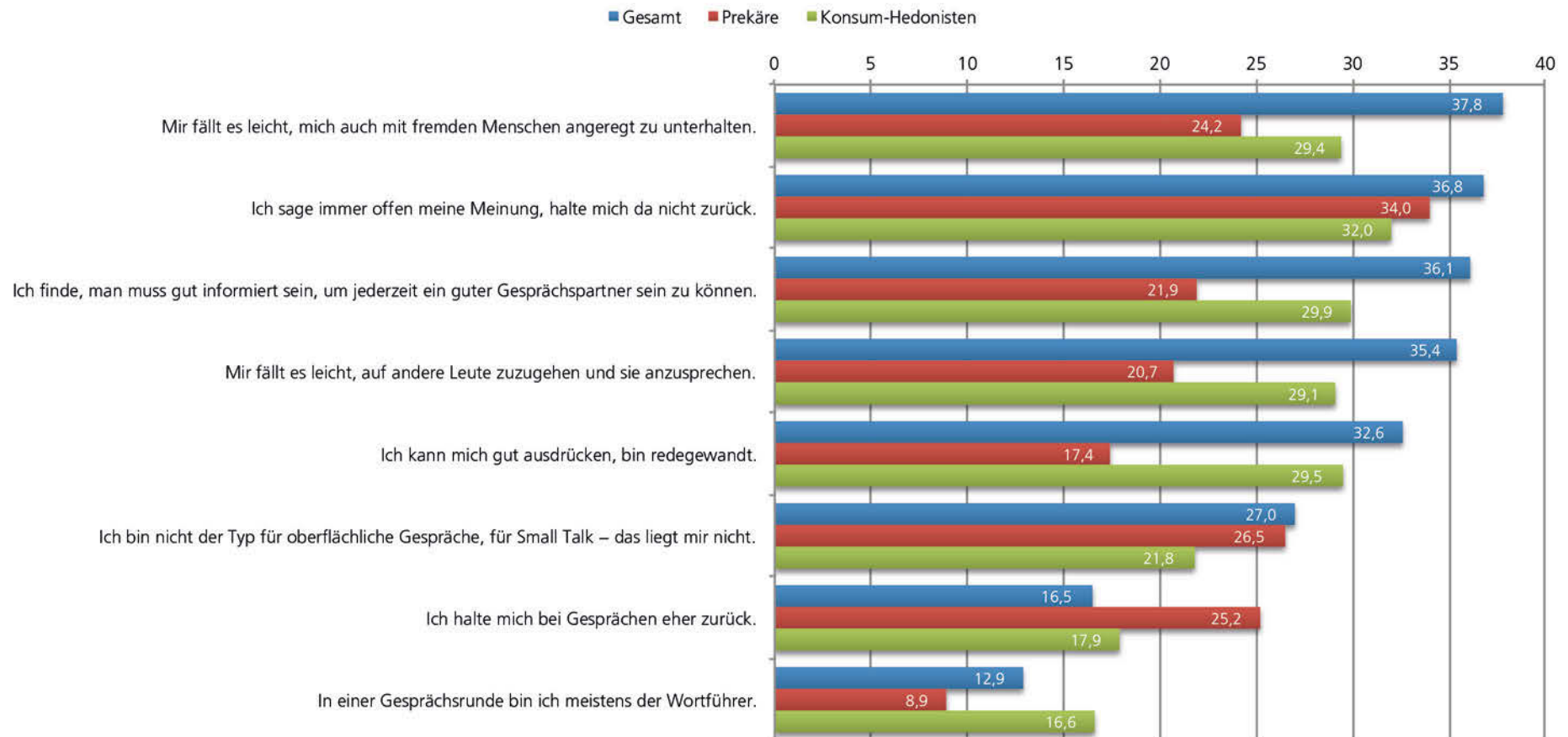
Prekäre und Konsum-Hedonisten pflegen oft einen recht rauen Umgangston. Auf der einen Seite mag hier das Motto sein „hart aber herzlich“, zum Beispiel beim Gespräch mit Freunden am Abend in der Kneipe. Auf der anderen Seite wollen sie damit aber auch mal „richtig Kante zeigen“ – sich durchsetzen und in Pose werfen, zeigen, dass man durchaus jemand ist, der auch mal laut werden kann. Allerdings kann diese Kommunikation auch eine Art Vermeidungsverhalten sein, nämlich dann, wenn sie ihre eigene Unterlegenheit gegenüber anderen spüren.

Abbildung 147: Prekäre Milieus – Kommunikationsweise

Angaben in Prozent

Frage: „Auf diesen Seiten geht es um Ihre ganz persönliche Einstellung zu verschiedenen Lebensbereichen. [...] Wir möchten gerne wissen, inwieweit diese für Sie persönlich zutreffen.“

Antwort 5 + 6 (Antworten auf einer 6er-Skala: 1 = „trifft überhaupt nicht zu“, 6 = „trifft voll und ganz zu“)



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Besonders Prekäre kommunizieren sehr alltagsnah und gegenwartsbezogen, aber auch auf einem sehr persönlichen Level. Da, wo andere Milieus abstrahieren und Probleme auf der Metaebene betrachten (also als das große Ganze), bleiben Prekäre ganz bei sich und kommunizieren ausgehend von ihrer persönlichen Betroffenheit. Das macht ihre Kommunikation zu einer sehr authentisch und direkt, zum anderen tendenziell impuls gesteuert und wenig taktisch.

Sowohl Prekäre als auch Konsum-Hedonisten scheuen sich vor schwierigen und politischen Themen und versuchen, diese Themen zu vermeiden. Diskussionen komplexer Inhalte überfordern sie schnell und führen zum Aufmerksamkeitsverlust. Bei für sie „trockenen Inhalten“ steigen sie schnell aus. In fremden Arenen (beispielsweise bei Elternabenden, in Ämtern) fühlen sie sich oft hilflos, unsicher, latent bedroht und reagieren ausweichend und vermeidend. Das mag auch daran liegen, dass ihnen in solchen Fällen die Übung und das Repertoire fehlen, um entsprechend zu handeln und zu reagieren.

Beiden Milieus ist Aussehen und Styling wichtig. Konsum-Hedonisten haben ein sehr körperbetontes Auftreten und eine ebensolche Kommunikation: schrill, laut durcheinander, impulsiv, direkt und auch drastisch. Dabei neigen sie oft zu starken Ausdrücken und deftigen Bildern. Wichtig ist dabei immer, sich von anderen abzugrenzen. Prekäre hingegen suchen in der Hinsicht nach Orientierung und richten sich meist nach dem Mainstream.

Kommunikation mit anderen – Konfliktpotenziale und Herausforderungen

Die Kommunikation kann mit beiden Milieus in diesem Segment zur Herausforderung werden, wenn auch auf eine andere Art und Weise als beispielsweise bei den Liberal-Intellektuellen. Letztere sind nicht selten unklar, reden über Gemeinwohl und meinen dabei eigentlich eigene Interessen, der Zuhörer muss zwischen den Zeilen lesen. Die Kommunikation der Konsum-Hedonisten ist auf eine andere Art und Weise herausfordernd, denn ihre starke Abgrenzung nach außen ist auch Abwehr und Selbstschutz. Das kann dazu führen, dass sie einerseits auf Konfrontationskurs gehen wollen. Andererseits kann ihre Abgrenzung auf andere Milieus auch schnell abschreckend wirken. Hier gilt es herauszufinden, was genau sie zum Selbstschutz bewegt, und eine Brücke zu eben diesen Milieus herzustellen, die sie ablehnen. Ganz besonders ablehnend stehen sie in diesem Zusammenhang der Bürgerlichen Mitte und den Traditionellen gegenüber, die ihnen in ihrem Lebensstil schlicht zu angepasst sind. Abscheu hegen

sie auch gegenüber Intellektualität und Feingeistigkeit, was durchaus zu Konflikten mit den Leitmilieus führen kann. Andererseits erwecken sie in ihrem Auftreten oft Vorurteile bei anderen – in der Kommunikation mit Konsum-Hedonisten ist es daher umso wichtiger, (auch eigene) Meinungen über sie zu reflektieren und sich so gut wie möglich auf ihre Lebenswelt und ihren Lebensstil einzulassen. Sie merken schnell, wie ihr Gegenüber zu ihnen steht, und reagieren darauf sehr direkt – negativ dann, wenn sie sich angegriffen oder herabgestuft fühlen, wenn ihnen gezeigt wird, dass sie eine Bedrohung oder Belästigung darstellen können.

Prekäre merken ebenso deutlich, wenn sie nicht „auf Augenhöhe“ anerkannt werden – sie fühlen sich besonders den Leitmilieus unterlegen und deshalb auch oft dominiert. Als Reaktion passen sie sich auf der einen Seite an und erfüllen Erwartungen. Auf der anderen Seite reagieren sie im klassischen Muster des Klischees des Politikverdrossenen und klagen über „Bonzen und Reiche“, Dummheit und Verschwendung und das Wirtschaften in die eigenen Taschen der sogenannten Eliten. Auf diese Weise werten sie „die da oben“ ab, setzen ihre Überlegenheit herab und verschaffen sich selbst ein gutes Gefühl im Stil des abgeklärten „kleinen Mannes“.

Ein typisches Phänomen im Milieu der Prekären, wie in vielen anderen Milieus auch, ist die Neigung, immer wieder Gruppen zu finden, die sie „unter sich“ verorten können und denen sie aus ihrer Sicht den „schwarzen Peter“ zuschieben können. Das kann sich auf Schmarotzer beziehen, aggressive Ausländer, üble Nachbarn, raffgierige Politiker, gierige Manager etc. In Verbindung mit ihrem rauen Ton und ihrer fehlenden Political Correctness kann das schnell in heftige und nicht selten aggressive Diskussionen ausarten, in Feindbildern und massiver Abwertung münden und letztendlich zu einer Atmosphäre führen, in der die Stimmung leicht umkippt in einen Kampf um die Meinungsvorherrschaft.

Bei beiden Milieus herrscht eine gewisse Skepsis und Ambivalenz gegenüber Ämtern und „Offiziellen“. Einerseits sehen sie hier die Regulatoren, die durchgreifen und Gerechtigkeit schaffen, damit sie zu ihrem Recht kommen (das gilt ganz besonders für das Milieu der Prekären). Andererseits fühlen sie sich im Umgang mit ihnen oft überfordert, hilflos und frustriert; sie haben das Gefühl, ihnen wird eine Fürsorge aufgezwungen, die sie eigentlich nicht brauchen und haben wollen.

Mediennutzung – Welche Kanäle nutzen sie?

Mit Blick auf die Mediennutzung gibt es zum Teil signifikante Unterschiede zwischen den beiden Milieus des Prekären Segments.

Mit Blick auf die klassischen Medien weichen beide (leicht) vom Durchschnitt ab: Besonders Zeitungen scheinen bei den Konsum-Hedonisten tendenziell eine untergeordnete Rolle zu spielen. Ähnlich verhält es sich mit Zeitschriften und Illustrierten sowie dem Radio. Dabei schreiben beide Milieus den Medien keine außerordentlich wichtigen Funktionen zu – sie legen scheinbar weniger Wert darauf, dass ihnen Medien einen Überblick über wichtige Ereignisse liefern, weder mit Blick auf den beruflichen Bereich (Prekäre) noch als Gesprächsstoff.

Größer fallen die Unterschiede mit Blick auf die bevorzugten TV-Genres aus: Vor allem Prekäre äußern ein vergleichsweise geringes Interesse an Formaten mit politischer oder wirtschaftlicher Ausrichtung. Auch Magazine zu Kunst und Kultur oder Reportagen interessieren weniger. Stattdessen scheinen sowohl für Prekäre als auch für Konsum-Hedonisten TV-Genres in Anlehnung an das reale Leben interessanter zu sein. Diese Formate sind in ihrer Ausrichtung näher an der Lebenswelt dieser Milieus. Wird in politischen Magazinen abstrakt über das große Ganze diskutiert und debattiert, so orientieren sich Gerichtsshow und Doku-Soaps mehr oder weniger am „wirklichen Leben“.

Große Unterschiede fallen bei der Betrachtung der Nutzung des Internets ins Auge: Die Prekären ähneln in ihren Nutzungsweisen eher den Traditionellen, und tatsächlich sind sie eines der Milieus, deren Vertreter eher selten das Internet nutzen: 38,1 Prozent der Prekären geben an, dass sie das Internet bzw. das World Wide Web nutzen. Damit lassen sie die Traditionellen weit hinter sich, fallen aber um knapp 40 Prozentpunkte hinter den Konsum-Hedonisten zurück (hier geben 76,2 Prozent an, dass sie das Internet bzw. das World Wide Web nutzen).¹⁵¹ Dementsprechend wären sie nach Internetmilieus des Sinus-Instituts zwei unterschiedlichen Internetmilieus zuzuordnen. Die Prekären rangieren dann eher unter den Digital Outsiders im Bereich der internetfernen Verunsicherten. Die Konsum-Hedonisten sind tendenziell eher den Digital Immigrants zuzuordnen und zählten hier dann zu den unbekümmerten Hedonisten. Ein Blick auf die genutzten Onlineangebote und -anwendungen scheint diese Annahme zu bestätigen: Die Prekären zeigen in allen Bereichen ein (zum Teil signifikant) unterdurchschnittliches Interesse

an den hier aufgeführten Möglichkeiten im Internet. Ähnlich wie bei den Traditionellen mag bei ihnen ein Gefühl der Unsicherheit und des Misstrauens gegenüber den neuen Technologien vorherrschen. Zu vergessen ist an dieser Stelle aber auch nicht, dass die Nutzung des Internets und damit die Nutzung der gebotenen Möglichkeiten mit einem finanziellen Aufwand zusammenhängt, den die finanzielle Situation der einkommensschwachen Prekären nicht immer zulässt.

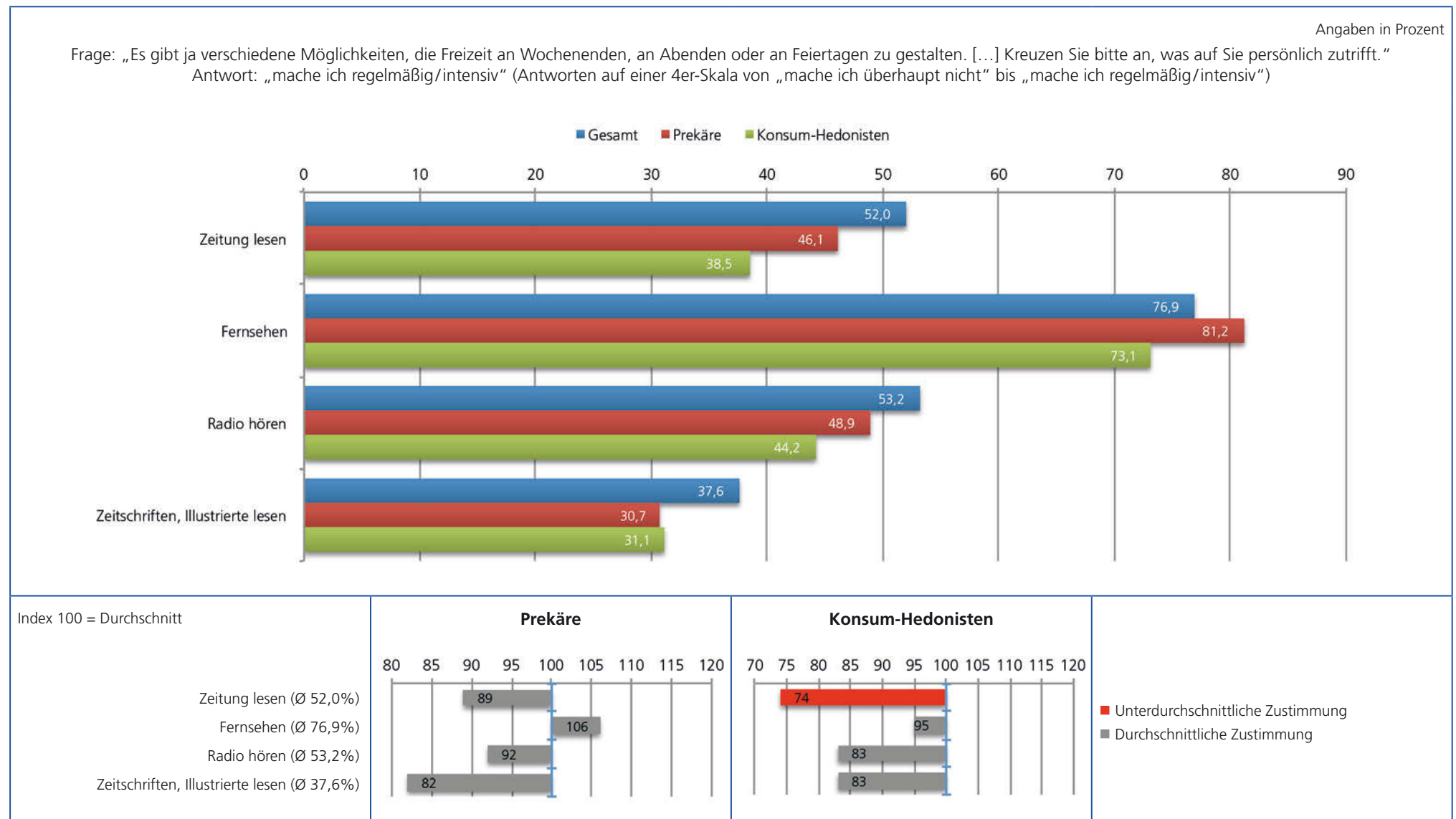
Die Konsum-Hedonisten hingegen zeigen eine unterhaltungsorientierte Nutzung des Internets: Bei Angeboten wie Onlinespielen, Diskussionsforen und Chatten fällt die Nutzung bei den Prekären deutlich größer aus. Mit Blick auf die genutzten Onlineangebote zeigt sich weiter, dass Konsum-Hedonisten diese Angebote weniger zur Informationsbeschaffung nutzen. Damit scheint das Internet für Konsum-Hedonisten auch ein Ort der Beziehungspflege und des Austauschs.

Prekäre nutzen alle aufgeführten Angebote weit unterdurchschnittlich oft. Auch hier mag sich die Überforderung dieses Milieus zeigen: Um das Internet (gewinnbringend) zu nutzen, muss der Umgang damit gelernt werden. Die Prekären gehören nicht zu jenen, die mit den neuen Technologien aufgewachsen sind, und müssen sich den Umgang in Eigeninitiative aneignen. Hier gilt, ähnlich wie beim Thema Bildung, dass sie um ihre Defizite wissen und tendenziell versuchen werden, sie zu verstecken.

Eine Ansprache dieser Milieus über das Internet scheint gerade bei den Prekären wenig sinnvoll, denn sie nutzen das Internet unterdurchschnittlich oft, scheinen mit der Vielfalt und den Möglichkeiten überfordert. Hinzu kommt, dass Informationen im Internet (oft) aktiv gesucht werden müssen und zudem vorab Wissen um diese Informationen benötigt wird, z. B. ob die Stadt eine eigene Website hat, wenn ja, ob dort regelmäßig Informationen bereitgestellt werden. In diesem Zusammenhang ist es ebenfalls eher Glückssache, ob die Konsum-Hedonisten über die Website einer Stadt erreicht werden. Ihre Unterhaltungsorientierung als Internetnutzer mag das einerseits verhindern. Andererseits mag das Nutzerprofil einer Stadt bei Facebook oder Twitter Aufmerksamkeit bei ihnen erregen und dafür sorgen, dass sie über diese Kanäle angesprochen werden und informiert werden können.

¹⁵¹ Typologie der Wünsche 2013 II; Frage: „Nutzen Sie zur Zeit zumindest gelegentlich im privaten oder beruflichen Rahmen oder im Rahmen der Ausbildung das Internet bzw. das World Wide Web?“; Antwort: Zusammenfassung Ja, beruflich/privat/Ausbildung

Abbildung 148: Prekäre Milieus – Mediennutzung in der Freizeit



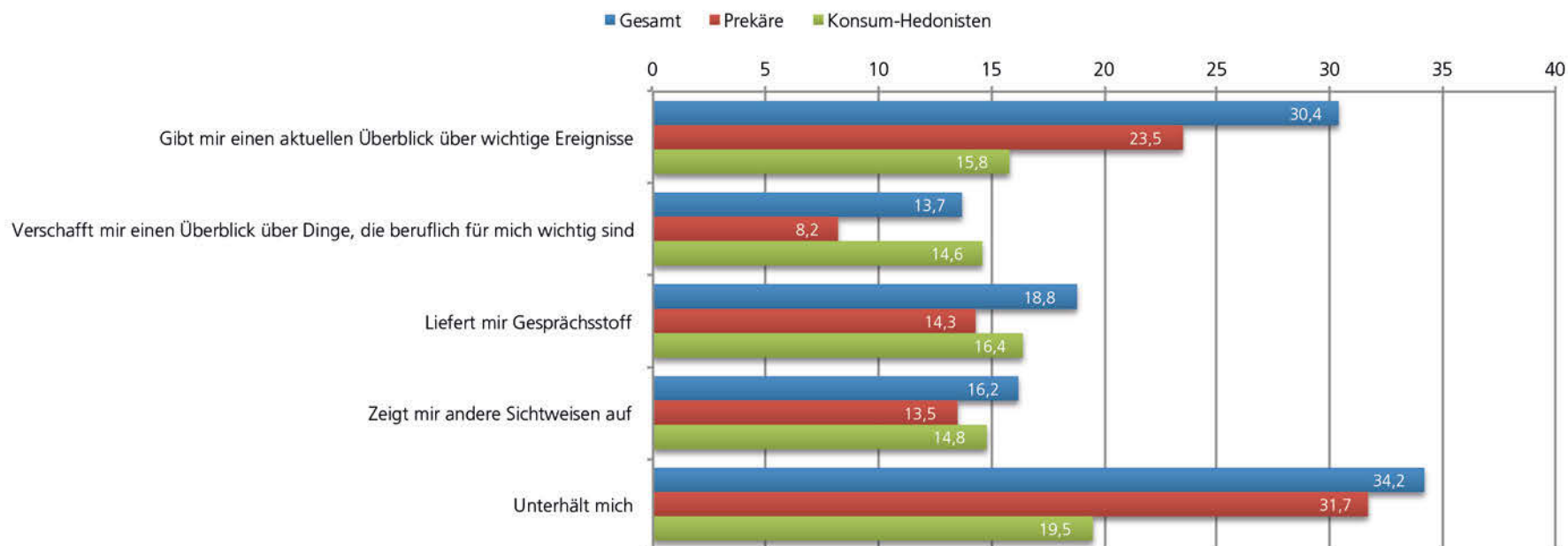
Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 149: Prekäre Milieus – Funktionen von Medien

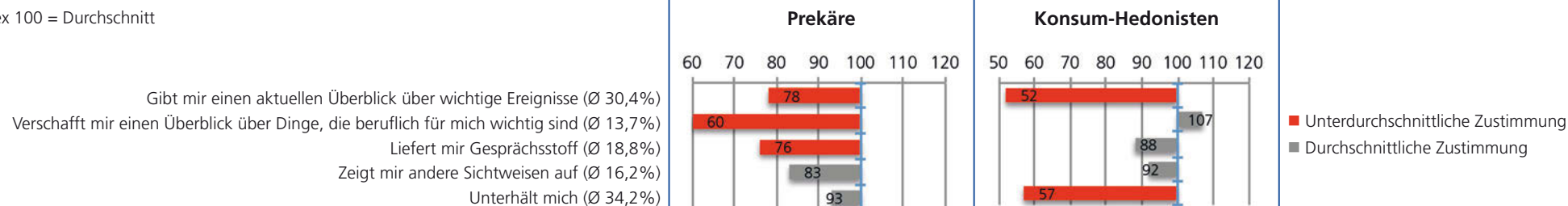
Angaben in Prozent

Frage: „Medien können ja ganz unterschiedliche Funktionen erfüllen: Geben Sie bitte für jede der unterschiedlichen Funktionen an, wie wichtig es für Sie persönlich ist, ob Medien diese Funktion erfüllen, unabhängig davon, ob es sich um Tageszeitungen, Zeitschriften, TV oder Online handelt.“

Antwort: „sehr wichtig“ (Antworten auf einer 6er-Skala von 1 = „sehr wichtig“ bis 6 = „überhaupt nicht wichtig“)

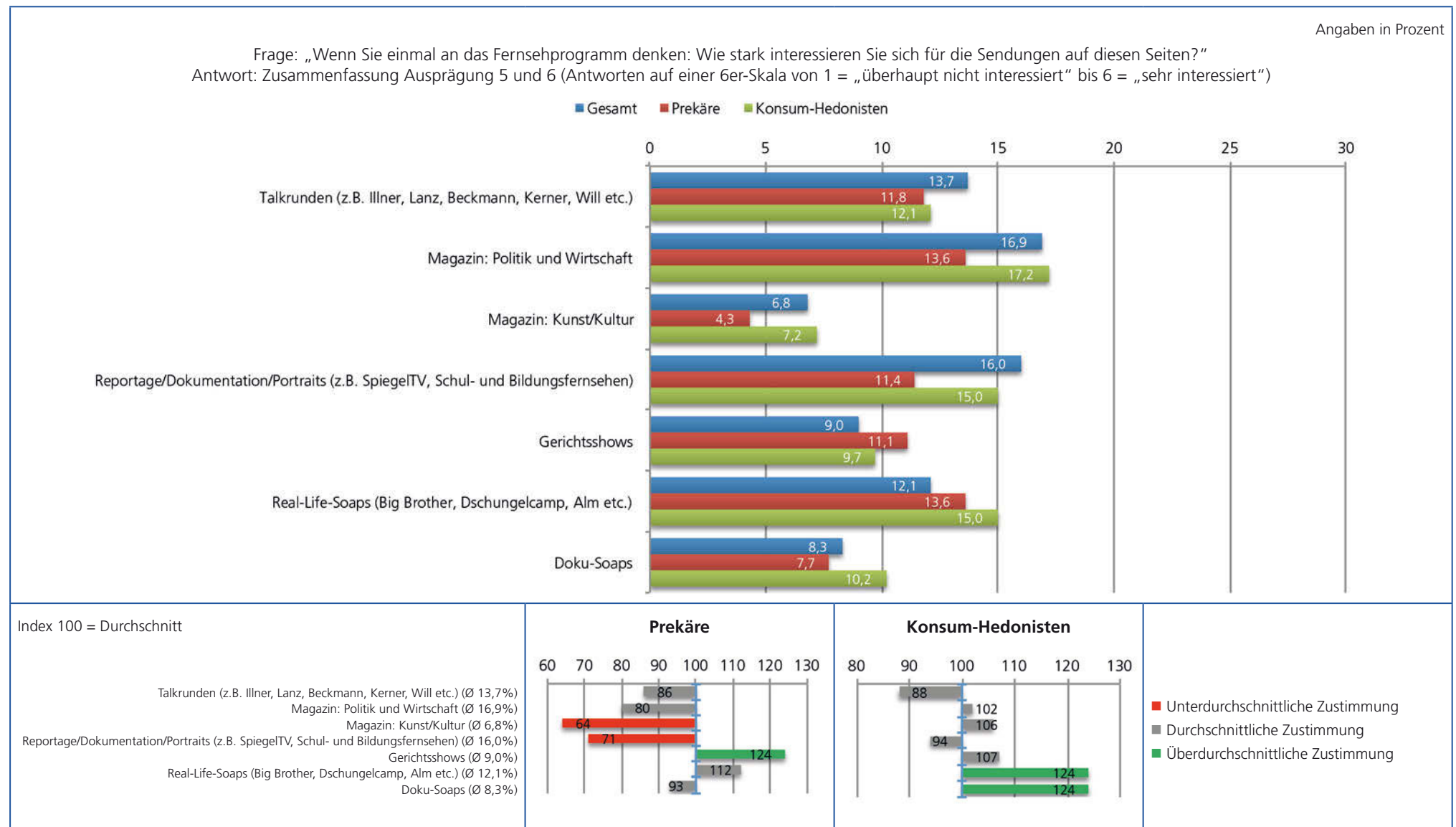


Index 100 = Durchschnitt



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 150: Prekäre Milieus – TV-Genres

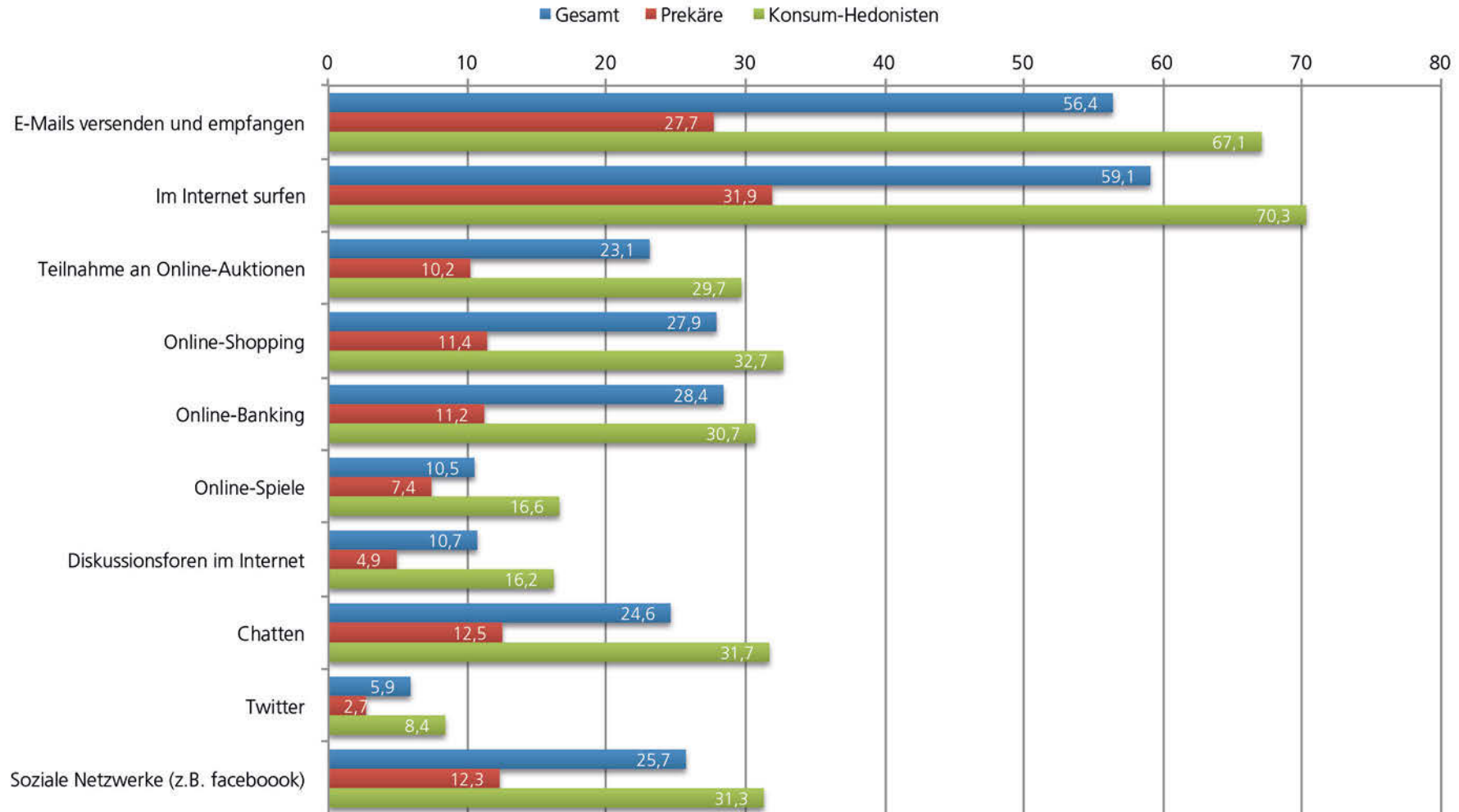


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

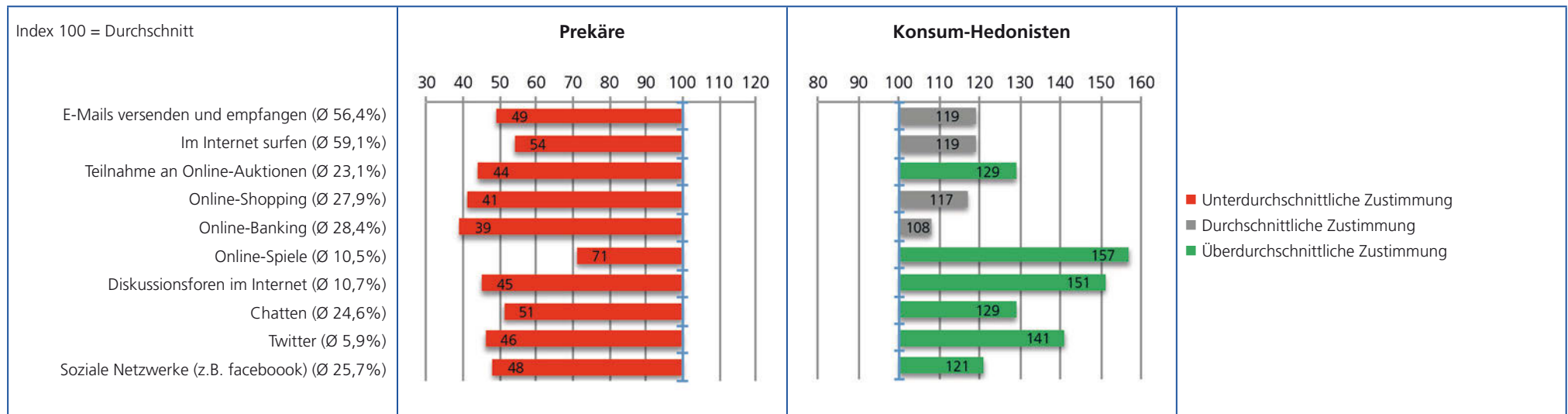
Abbildung 151: Prekäre Milieus – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen

Angaben in Prozent

Frage: „Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie privat persönlich, unabhängig davon, welches Gerät bzw. welche Technologie Sie dazu verwenden?“
 Antwort: Zusammenfassung Ausprägung „regelmäßig“ und „gelegentlich“ (Antworten auf einer 4er-Skala von 1 = „überhaupt nicht“ bis 4 = „regelmäßig“)

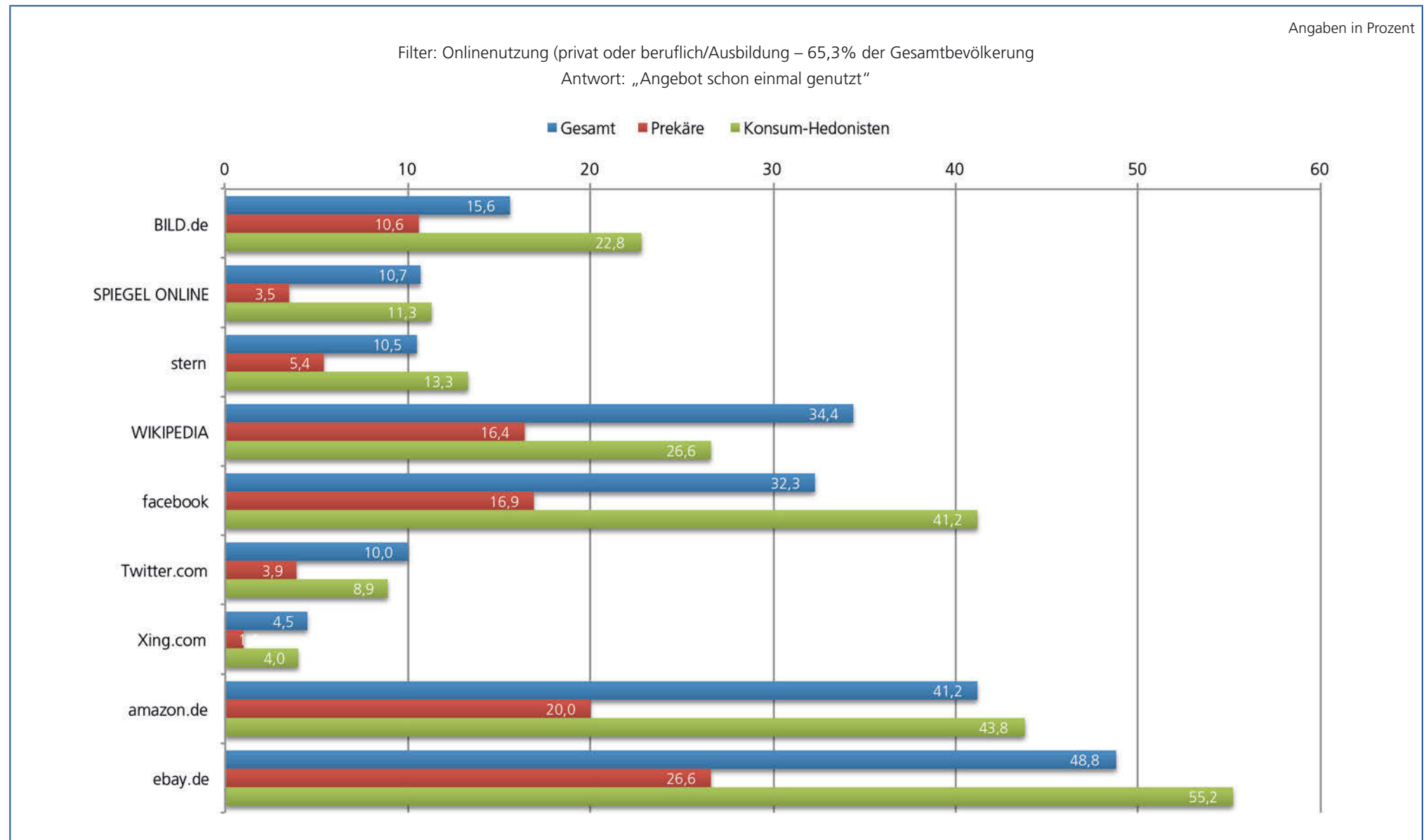


Fortsetzung Abbildung 151

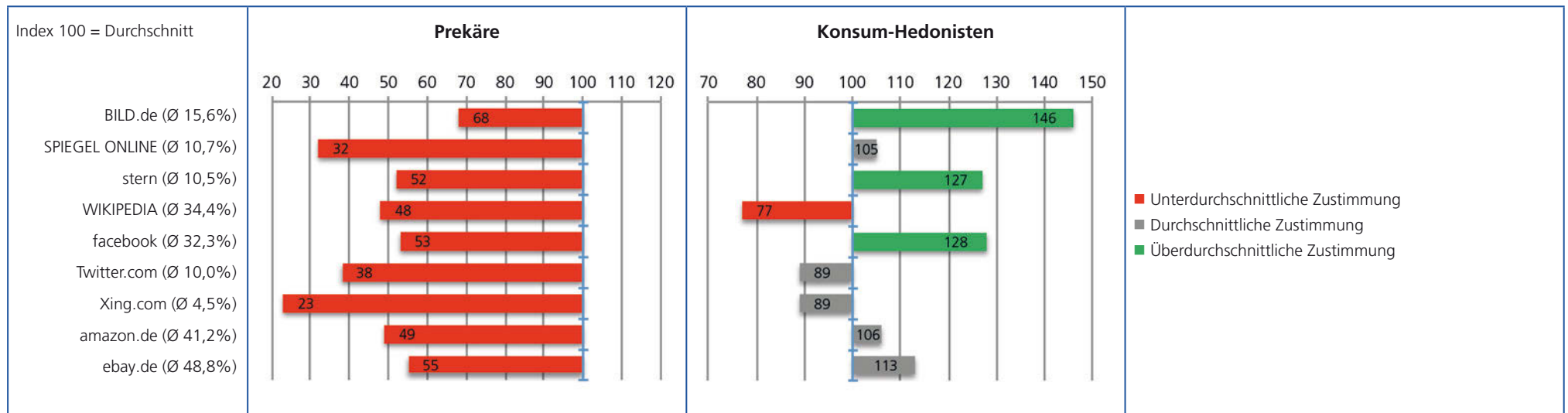


Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Abbildung 152: Prekäre Milieus – Schon einmal genutzte Onlineangebote



Fortsetzung Abbildung 152



Quelle: Typologie der Wünsche 2013 II; Basis: 20.125 gewichtete Fälle

Zusammenfassend: Kommunikative Dos & Don'ts

	Dos	Don'ts
Prekäre	Vorsichtig und aufmerksam mit wahrgenommenen Defiziten implizit oder explizit umgehen	Relative Bezüge und Vergleiche bringen, die tendenziell degradieren, z. B. leistungs- und wettbewerbsorientiertes Reden
	Vorab die Frage stellen: „Was will ich von ihnen?“ und damit das eigene Anliegen und das Verhältnis zu dieser Gruppe reflektieren und in seinen Auswirkungen bedenken	Unreflektiert in Lehrer- oder Helferattitüden einsteigen und sie damit zu Opfern oder Problemfällen degradieren
	Explorativ fragen und zuhören, Dinge und Sachverhalte im Detail erfragen – erfragen, was sie interessiert, was ihnen wichtig ist, wie sie ein Thema verstehen	Fordern, Wollen, Verlangen, Überzeugen – mit dem erhobenen Zeigefinger agieren und kommunizieren
	Nah am Alltag und den Personen an sich bleiben – auf diese Weise abstrakte Sachverhalte nachvollziehbar machen	Mit der Tür ins Haus fallen – stattdessen langsam auf das eigentliche Thema kommen
		Commitment, Engagement und Eigeninitiative verlangen und erwarten – sie geben Verantwortung lieber ab und in die Hände anderer.
Konsum-Hedonisten	Auch hier gilt, Meinungen über sie zu reflektieren, sich diese Meinungen bewusst machen und unter Kontrolle bringen, um nicht in entsprechende Attitüden zu fallen.	Belehren, Vorwürfe, Attitüden von oben herab, „Eltern-Ich“ oder „Lehrer-Ich“, „Gut-Menschen“-Attitüde verwenden und an Moral und Gemeinwohl appellieren
	„Normal“, also verständlich reden, Dinge einfach erklären und dabei nah an Alltag und Person bleiben, abstrakte Sachverhalte in Konkretes unterbrechen (was bedeutet das konkret?)	Expertenauftreten, Beamtenverhalten oder allgemein Menschen, die schnell in ihre Berufssprache fallen, schaffen Distanz.
	Auf eine gewisse Sprunghaftigkeit einstellen und damit umgehen lernen	Commitment erwarten, auch wenn es angeboten wird, denn morgen sieht alles schon wieder anders aus – immer damit rechnen, dass Unlust das Engagement verdrängt

Ein Beispiel: Die Vielfalt von Talkshows

Talkshows stehen für eine große Vielfalt. Bei den Leitmilieus haben wir eine Art der Talkshow angesprochen, die sogenannten Debattenshows. Es gibt aber durchaus noch mehr Arten von Talkshows, wie beispielsweise die Personality-Shows oder Bekenntniss-hows.¹⁵² So behandeln Bekenntniss-hows meist „hochemotionale, manchmal tabuisierte Alltagsthemen in einer Runde nicht-prominenter Gesprächsteilnehmer“¹⁵³. Letztere fallen auch unter den Begriff Daily Talks oder Talkshows am Nachmittag, wie beispielsweise „Arabella“, „Vera am Mittag“ oder „Britt“ (lief bis 2013 auf SAT.1). Zugegeben, ein Blick auf das aktuelle Fernsehprogramm zeigt, dass die Blütezeit der Daily Talks vorbei ist.¹⁵⁴ Nichtsdestotrotz lassen sich in den Daten der Typologie der Wünsche aus dem Jahr 2011 noch Belege dafür finden, dass besonders die Prekären Milieus Interesse an eben diesen Formaten zeigen. Bleibt die Frage danach, was eben diese Art der Talkshow für diese Milieus ansprechend macht. Studien zufolge ist es die Alltagsnähe der Themen, die diese Sendungen für viele Zuschauer so attraktiv machen, und die damit zusammenhängende einfache Identifizierung mit eben diesen Themen, aber auch den eingeladenen Gästen. Die Themen, um die es geht, sind den Zuschauern nicht unbekannt und lassen sich aufgrund ihrer Alltagsnähe nachvollziehen; vielleicht beschäftigen sie sie selbst auch im eigenen Leben.¹⁵⁵

Es ist aber auch die alltagsnahe und oft sehr persönliche Kommunikation, die Daily Talks von anderen Talkshows unterscheiden und für bestimmte Gruppen und Menschen ansprechend machen. In der Art von Talkshows wird eben nicht auf einem abgehobenen und sehr abstrakten Level über Themen diskutiert, die auf den ersten Blick nur für Experten interessant und verständlich scheinen. Gerade für die Milieus im Prekären Segment mag diese Art der Kommunikation ansprechender erscheinen, weil sie sich eben zum einen mit den Themen besser identifizieren können, aber auch weil die Kommunikation ihnen eher liegt: nah am „echten“ Leben, ehrlich, geradeheraus und nicht verschnörkelt oder künstlich.

152 Vgl. Uli Gleich (2001): Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für die Zuschauer, in: Mediaperspektiven 10/2001

153 Gleich (2001), a. a. O., S. 527

154 Vgl. Gleich (2001), a. a. O.

155 Z.B. Gleich (2001); Goldberg (1998); Schilcher (1996); Hoffmann (1998), in: ARD-Forschungsdienst 1998; Livingstone/Wober/Lunt (1996)

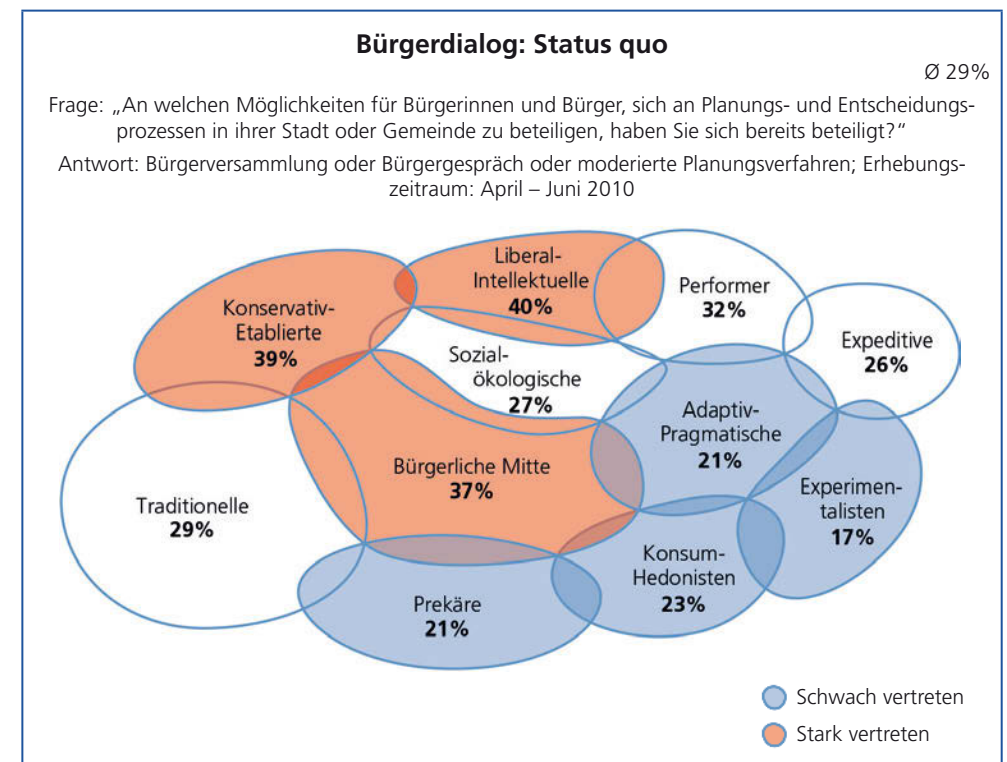
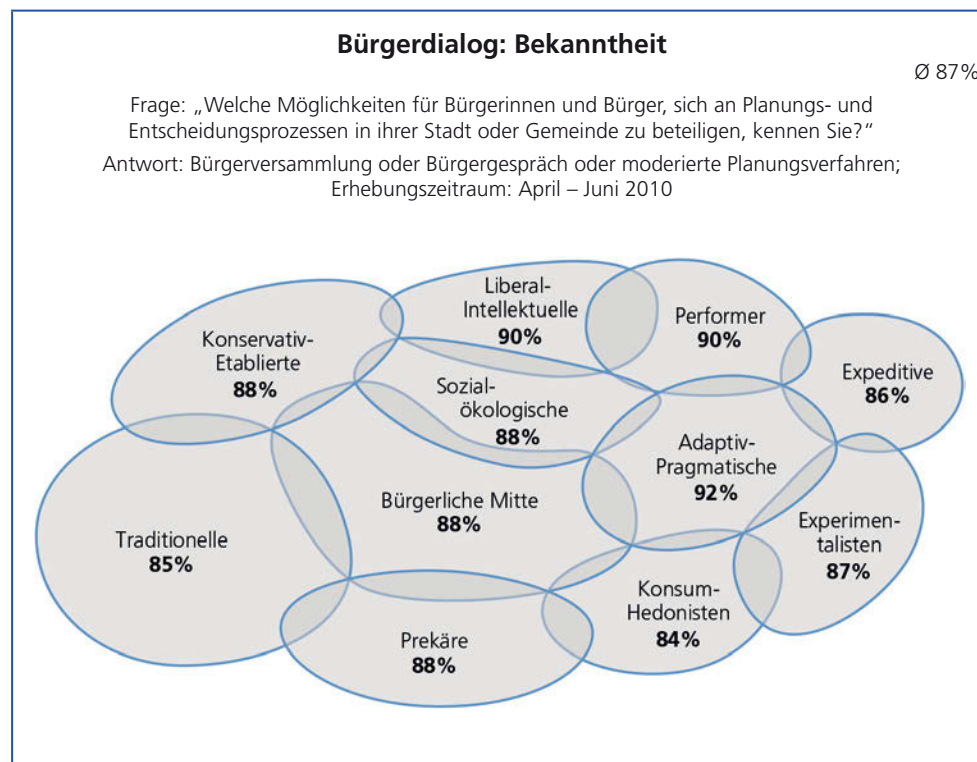
6 Partizipation und Engagement

Partizipation, Engagement und Teilhabe werden in den Milieus ganz unterschiedlich angegangen, in manchen Milieus werden diese Themen überhaupt nicht angegangen und spielen wenn nur eine nebensächliche Rolle im Alltag. Für andere wiederum gehört Engagement für die Stadt zur bürgerlichen Pflicht. Und wieder andere sehen darin ihre Chance, ihre Interessen öffentlich zu vertreten oder gar durchzusetzen und „durchzuboxen“. Den einen mag es da um das Gemeinwohl gehen, den anderen um „Mein-Wohl“, getarnt als Gemeinwohl. Gerechtigkeit mag ebenso eine Rolle spielen,

allerdings ist davon auszugehen, dass zu diesen Begriffen in den Milieus bzw. den einzelnen Segmenten ganz unterschiedliche Auffassungen herrschen. Auch hier verbirgt sich Konfliktpotenzial – zwischen den Bürgern (in Form der Milieus) und der Stadt, Kommune, Verwaltung. Aber auch zwischen den einzelnen Milieus bestehen hier zum Teil starke Diskrepanzen. Ein Blick auf die Bekanntheit und den Status quo in Sachen Bürgerbeteiligung soll das verdeutlichen.

Beteiligungsmöglichkeiten erfreuen sich recht großer Bekanntheit: 87 Prozent der Befragten des vhw-Trend geben an, die Möglichkeiten, sich an Planungs- und Entscheidungsprozessen in ihrer Stadt oder Gemeinde zu beteiligen, zu kennen – die einzelnen Milieus weichen hier nur in geringem Maße vom Durchschnitt ab. Ein anderes

Abbildung 153: Bürgerdialog – Bekanntheit und Status quo



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

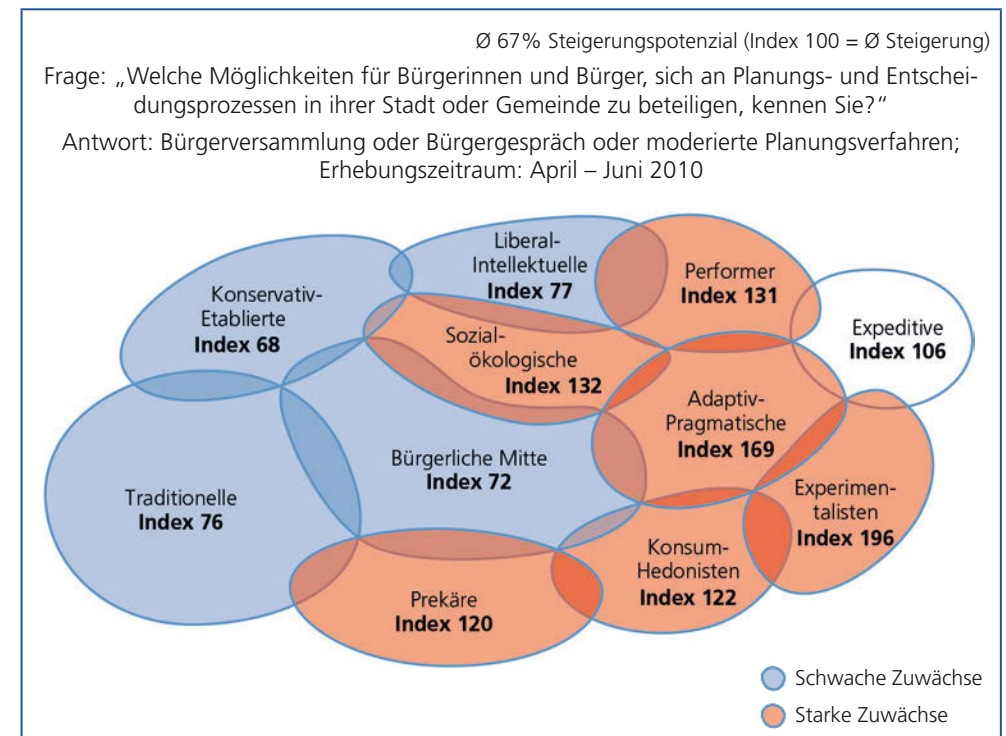
Bild zeichnet sich aber ab, wenn nach der tatsächlichen Beteiligung gefragt wird. Hier sprechen die Zahlen der vhw-Trendbefragung für sich: Überrepräsentiert sind hier besonders drei Milieus, die Konservativ-Etablierten, die Liberal-Intellektuellen und die Bürgerliche Mitte. Traditionelle, Sozialökologische, Adaptiv-Pragmatische, Performer und auch Expeditiv liegen hier im Durchschnitt. Bei den Prekären, Konsum-Hedonisten und Experimentalisten scheinen sich die Möglichkeiten der Beteiligung (hier bezogen auf die Beteiligung an einer Bürgerversammlung, einem Bürgergespräch oder moderierten Planungsverfahren) allerdings keiner großen Beliebtheit zu erfreuen – sie sind hier zum Teil sehr stark unterrepräsentiert. Das heißt also im Umkehrschluss, dass bei solchen Veranstaltungen eben nicht die ganze Bandbreite der Betroffenheit und Argumente abgebildet werden kann. In erster Linie scheinen die Leitmilieus und die Bürgerliche Mitte hier das Sagen zu haben. Daraus lässt sich schließen, dass eben nicht alle Interessen in Beteiligungsverfahren berücksichtigt werden und Entscheidungen nicht auf Basis repräsentativer Interessen getroffen werden. Diesem Handbuch liegt die Annahme zugrunde, dass ein Grund dafür darin besteht, dass sich eben die unterrepräsentierten Milieus nicht angesprochen fühlen, die Kommunikation nicht ihren Vorlieben und Präferenzen entsprechend gestaltet ist. Gründe für eine Nichtbeteiligung wurden mit dem vhw-Trend ebenfalls abgefragt, und die Zahlen zu einigen ausgewählten Gründen ergeben das in Abbildung 154 dargestellte Bild.¹⁵⁶

Erwartungsgemäß fallen die potenziellen Zuwächse bei denen, die sich bereits engagieren, gering aus. Überraschend sind allerdings die Potenziale, die bei den anderen Milieus zu verzeichnen sind: Teile des Bürgerlichen Mainstreams und der Kritisch-Kreativen, ganz besonders die Prekären Milieus, aber auch die Performer – hier scheint das Potenzial noch nicht voll ausgeschöpft zu sein. Die Ursachen dafür sind voraussichtlich ganz unterschiedlich; es steht aber fest, dass Wunsch und Wirklichkeit nicht deckungsgleich sind und hier stattdessen ein „Delta“ in Beteiligungsrealität und Beteiligungswunsch besteht.

Auf den folgenden Seiten werden mithilfe des vhw-Trends und gegliedert nach den Milieusegmenten einige Ursachen für Nichtbeteiligung dargestellt. Die folgenden Ausführungen sollen Klarheit darüber schaffen, welche Beteiligungsformen von welchen Milieus bzw. Milieusegmenten bevorzugt werden, welche bei bestimmten Milieus nicht gut ankommen und was ganz spezifisch beim Thema Partizipation und Engagement

¹⁵⁶ Die potenziellen Steigerungen in den Milieus gehen vom Status quo aus und beziehen sich auf das Interesse der Befragten, an Bürgerversammlungen, Bürgergesprächen oder moderierten Planungsverfahren teilzunehmen.

Abbildung 154: Bürgerdialog – Potenzielle Steigerungen in den Milieus

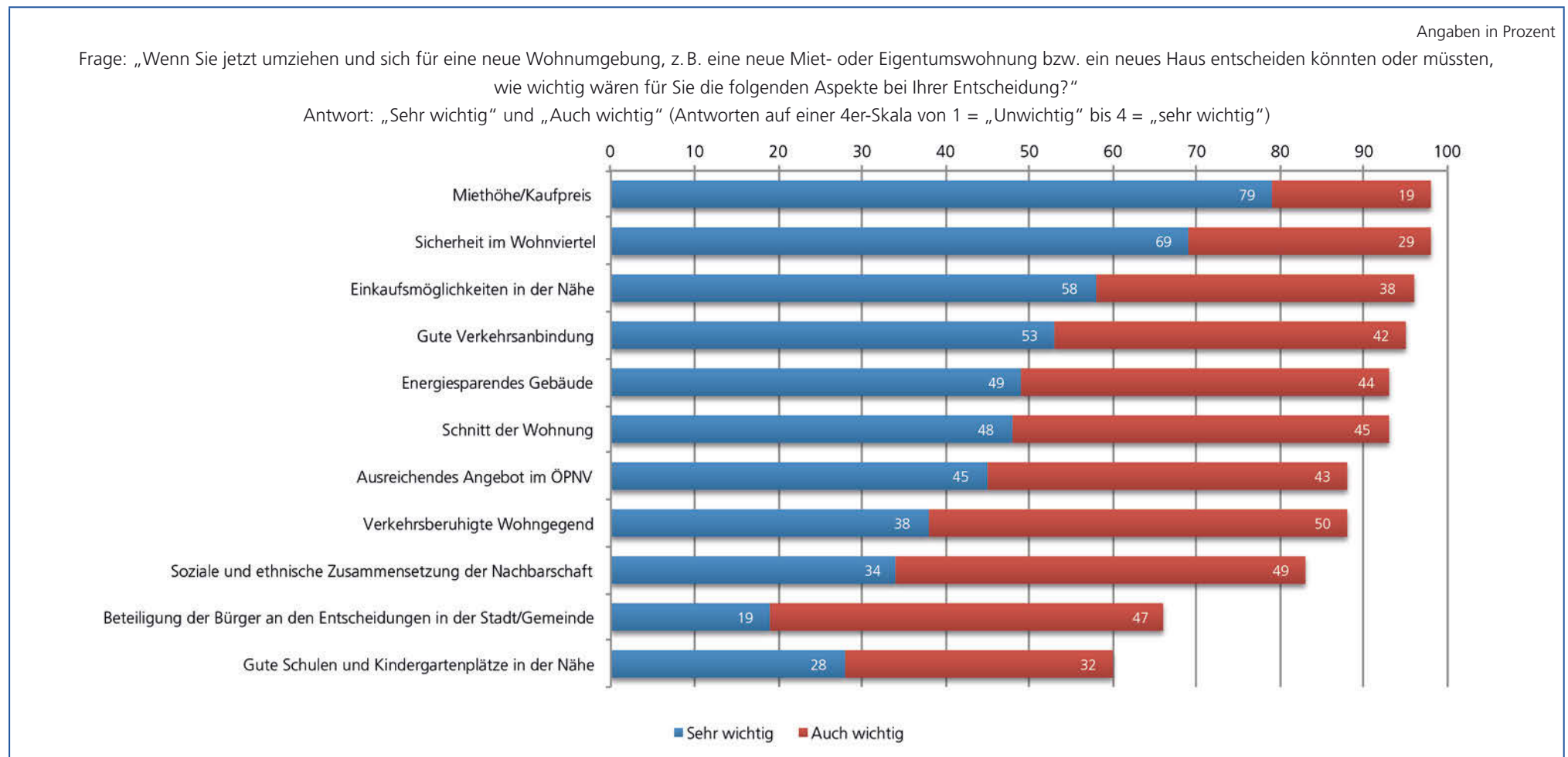


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

bei den einzelnen Milieus zu beachten ist. Auch hier gilt: Die Ausführungen verstehen sich als Anregungen, nicht aber als Vorgaben oder eiserne Richtlinien und Handlungsvorgaben. Dieses Modul soll ein Gefühl dafür vermitteln, welche Formate aus welchen Gründen für die einen ansprechend sein können und andere richtiggehend abschrecken können. Die Kommunikation ist ein Grund dafür, dass die einen sich in bestimmten Beteiligungsverfahren wie ein „Fisch im Wasser“ fühlen, die anderen aber eher wie ein „Fisch auf dem Trockenen“.

Weiterhin gilt zu bedenken, dass Partizipation und Engagement in Stadt, Gemeinde, Kommune oder Quartier in großer Konkurrenz zu anderen Aspekten und Kriterien ste-

Abbildung 155: Entscheidungskriterien bei Umzug – Gesamtbetrachtung

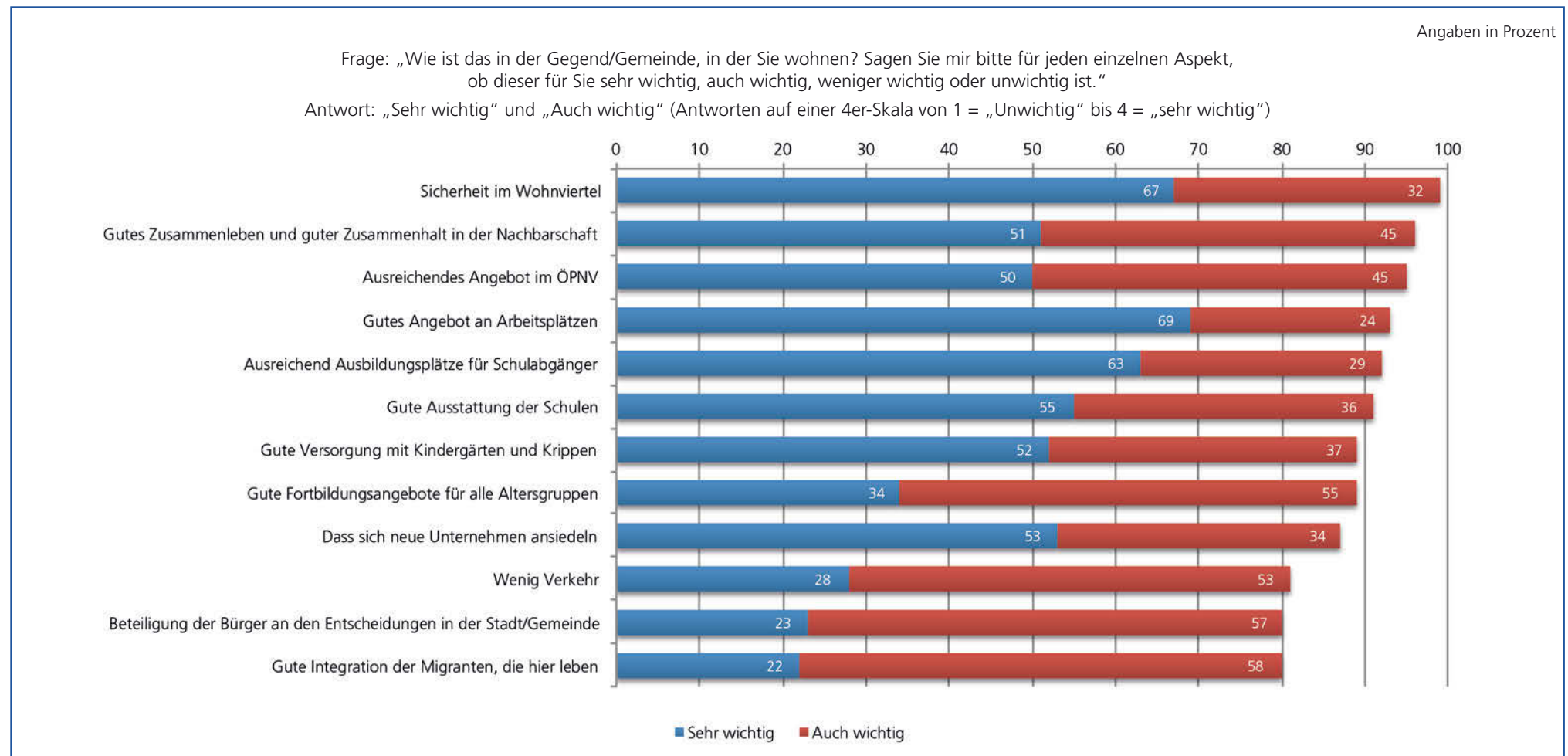


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

hen: Auf der Agenda der Kriterien, die bei einem Umzug eine dominierende Rolle spielen und ausschlaggebend sind für die Gegend, rangiert die Beteiligung der Bürger an den Entscheidungen von Stadt oder Gemeinde auf dem vorletzten Platz. Wichtiger

sind die Höhe von Miete oder der Kaufpreis sowie Sicherheit im Wohnviertel und infrastrukturelle Aspekte – diese Kriterien spielen bei der Wahl einer neuen Wohnung eine weitaus wichtigere Rolle als die Beteiligung von Bürgern.

Abbildung 156: Wichtige Aspekte im Quartier – Gesamtbetrachtung

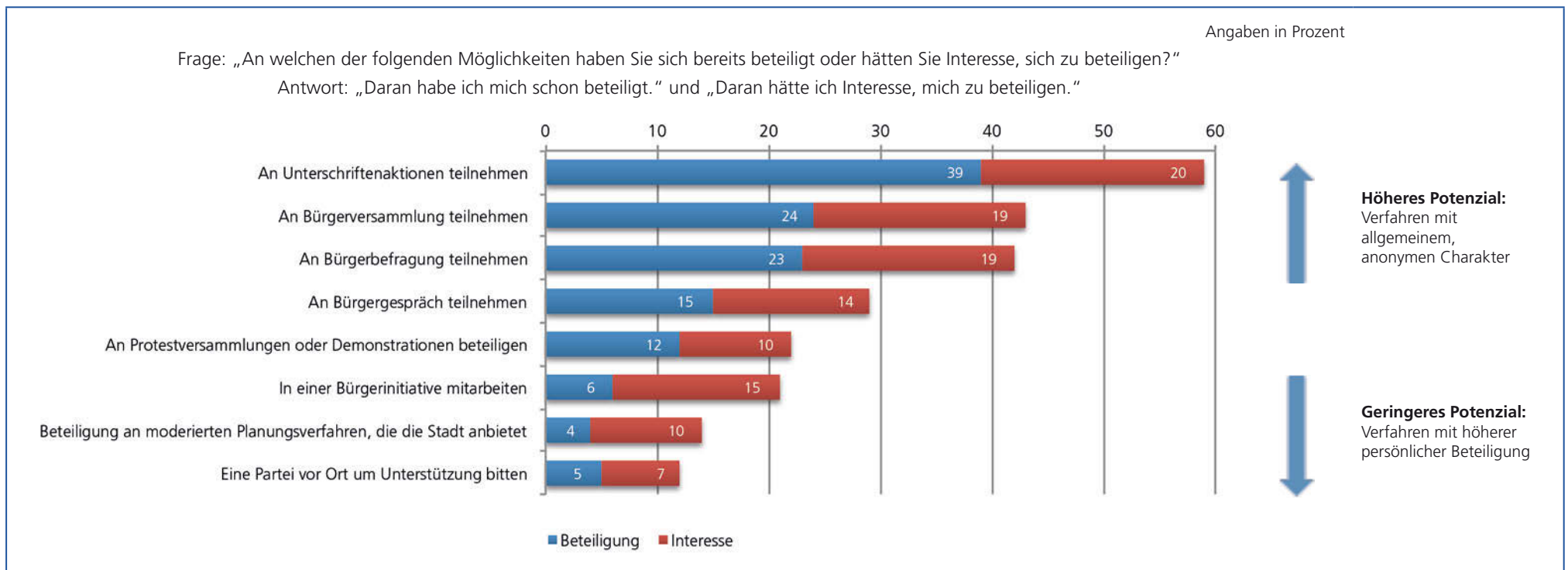


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Das Bild ändert sich auch nicht bei der Betrachtung der Wichtigkeit bestimmter Aspekte im Wohnquartier: Auch hier spielt die Beteiligung der Bürger an den Entscheidungen der Stadt bzw. Gemeinde eine vergleichsweise nachgeordnete Rolle. Hier stehen Sicherheit, sozialer Zusammenhalt und ebenfalls infrastrukturelle Aspekte im Vordergrund.

Aber nicht nur diese Aspekte und Kriterien spielen eine Rolle, Bürgerbeteiligung als eine Aktivität, für die Zeit aufgebracht werden muss, steht auch in starker Konkurrenz zu anderen (Freizeit-)Aktivitäten. Besonders bei den jungen, kreativen und sehr mobilen Milieus mag da schon mal abgewogen werden, was wichtiger ist und mehr

Abbildung 157: Planungs- und Entscheidungsprozesse – Beteiligung und Interesse



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Spaß macht. Da ist es oft nicht überraschend, dass die Entscheidung gegen die Bürgerversammlung und zugunsten einer anderen, subjektiv wichtigeren, aufregenderen Aktivität gefällt wird.

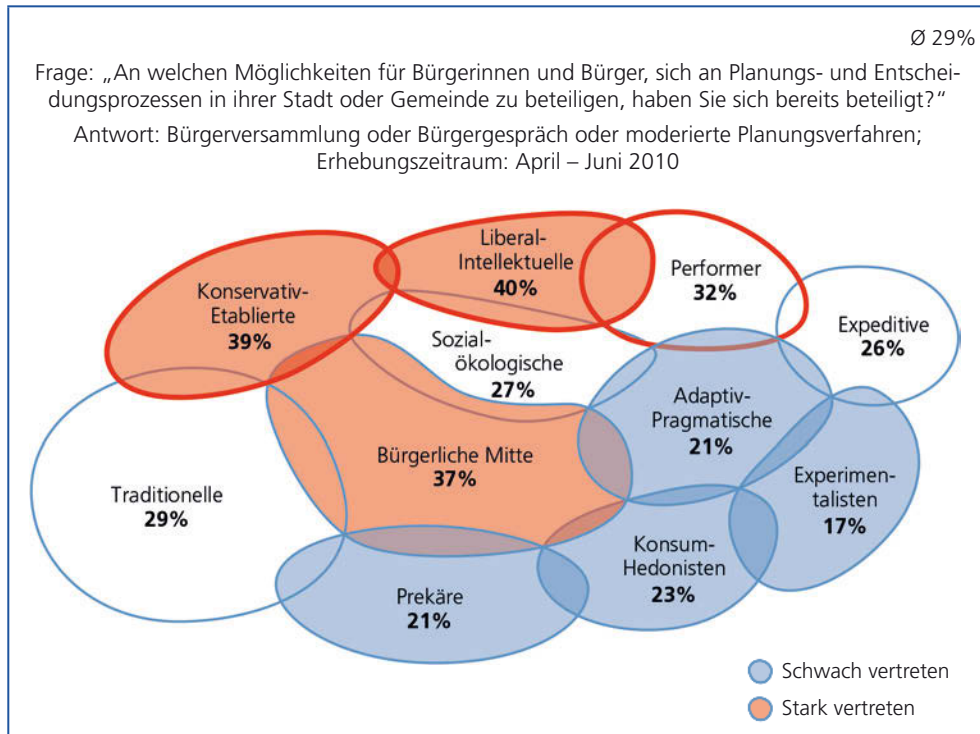
Hinzu kommt, dass die unterschiedlichen Möglichkeiten der Beteiligung auch unterschiedliche „Ansprüche“ an die Beteiligten stellen, sich also auch in Art und Grad der Aktivität, Anonymität und der Kommunikation unterscheiden. Je nachdem, wie eben diese Kriterien ausfallen, werden die Möglichkeiten der Beteiligung andere Milieus an-

sprechen – die einen mögen es vielleicht anonym und passiver (Unterschriftenaktionen und Bürgerversammlungen), die anderen persönlicher und aktiver (Bürgerinitiativen).

Diese beiden Perspektiven gilt es bei der Betrachtung von Partizipation und Engagement innerhalb der Milieusegmente und einzelner Milieus im Hinterkopf zu behalten und zu berücksichtigen.

Leitmilieus und Partizipation

Abbildung 158: Leitmilieus – Bürgerdialog: Status quo



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Die Milieus dieses Segments beteiligen sich zum Teil überdurchschnittlich oft am Bürgerdialog. Besonders die Konservativ-Etablierten und die Liberal-Intellektuellen sind beim Blick auf den Status quo zum Bürgerdialog deutlich überrepräsentiert; die Performer geben leicht überdurchschnittlich oft an, bereits an Bürgerversammlungen, Bürgergesprächen oder moderierten Planungsverfahren teilgenommen zu haben. Das mag den Eindruck vermitteln, dass diese Milieus und ganz besonders die Liberal-Intellektuellen und die Konservativ-Etablierten in Sachen Bürgerbeteiligung, Partizipation und Engagement als unproblematisch betrachtet werden können – hinsichtlich der Anwesenheit mag das stimmen, jedoch tendieren sie dazu, Veranstaltungen kommunikativ zu

dominieren, was wiederum dazu führt, dass sich andere nicht willkommen fühlen. Das gilt z. B. für Prekäre und Experimentalisten, die überdurchschnittlich oft angeben, dass sie sich unter jenen, die sich engagieren, nicht wohlfühlen (siehe Einleitung zum Modul „Partizipation und Engagement“).

Partizipation und Beteiligung

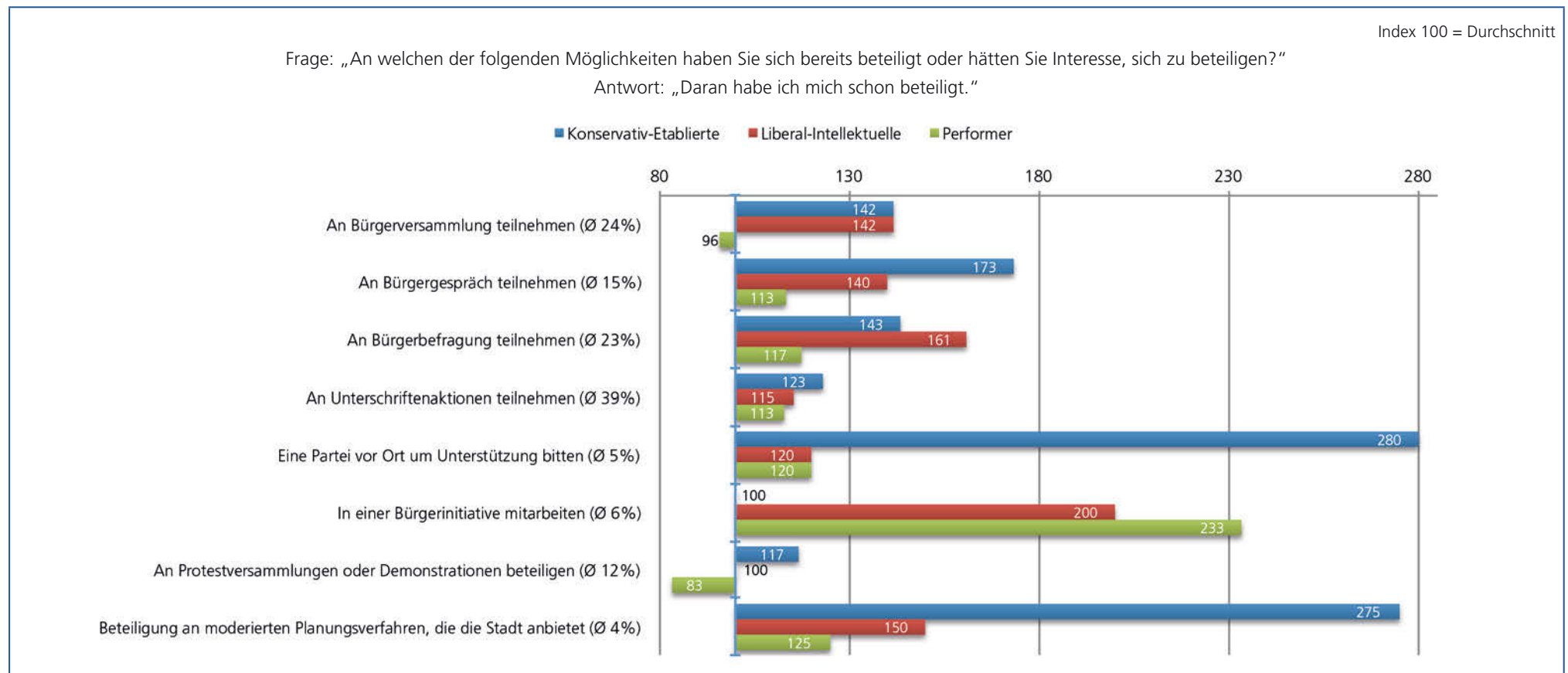
Die Leitmilieus sind in fast allen Bereichen der Partizipationsmöglichkeiten (zum Teil deutlich) überrepräsentiert. Einzige Ausnahme bilden hier Protestversammlungen und Demonstrationen, die sich innerhalb dieser Milieus verhältnismäßig wenig(er) Aufmerksamkeit zu erfreuen scheinen. Einzig die Konservativ-Etablierten liegen hier leicht über dem Durchschnitt; und insgesamt geben hier 14 Prozent an, dass sie sich an einer solchen Veranstaltung bereits beteiligt haben. Die Liberal-Intellektuellen liegen hier gleichauf mit dem Durchschnitt bei 12 Prozent, während bei den Performern nur 10 Prozent angeben, sich daran bereits beteiligt zu haben.

Im Gegensatz zu anderen Milieus bzw. Milieusegmenten sticht hier allerdings hervor, dass gerade die Arten von Beteiligung bei manchen der Gesellschaftlichen Leitmilieus Beachtung finden, die besonders zeitintensiv und persönlich sind: Weit überdurchschnittlich viele Vertreter der Konservativ-Etablierten geben an, eine Partei vor Ort unterstützt zu haben oder bereits bei einem moderierten Planungsverfahren dabei gewesen zu sein. Auch die Mitarbeit in einer Bürgerinitiative ist durch einen vergleichsweise intensiven Charakter geprägt, ist aber überdurchschnittlich oft von Liberal-Intellektuellen und Performern wahrgenommen worden.

Die Grafik verdeutlicht auch, dass eben diese Milieus mit hoher Wahrscheinlichkeit bei solchen Veranstaltungen anzutreffen sind bzw. eben diese Möglichkeiten der Beteiligung eher wahrnehmen als andere Milieus. Sie sind diejenigen, die sich generell unter den „üblichen Verdächtigen“ zusammenfassen lassen. Die Performer weichen von diesem Bild leicht ab, sind aber in den meisten Fällen ebenfalls leicht überrepräsentiert.

Im Vergleich zu den Konservativ-Etablierten und den Liberal-Intellektuellen äußern Performer jedoch überdurchschnittliches Interesse an Protestveranstaltungen und Demonstrationen. Im Gegensatz zu den anderen beiden Milieus können sich Performer also durchaus vorstellen, sich auch auf diese Weise an Planungs- und Entscheidungsprozessen zu beteiligen. Allerdings drängt sich hier unvermeidbar das Bild der Demonstrationen gegen Stuttgart 21 auf, und die dazu vorliegenden Daten sprechen ein anderes Bild, nämlich eines, bei dem sich tatsächlich auch die Konservativ-Etablierten

Abbildung 159: Leitmilieus – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

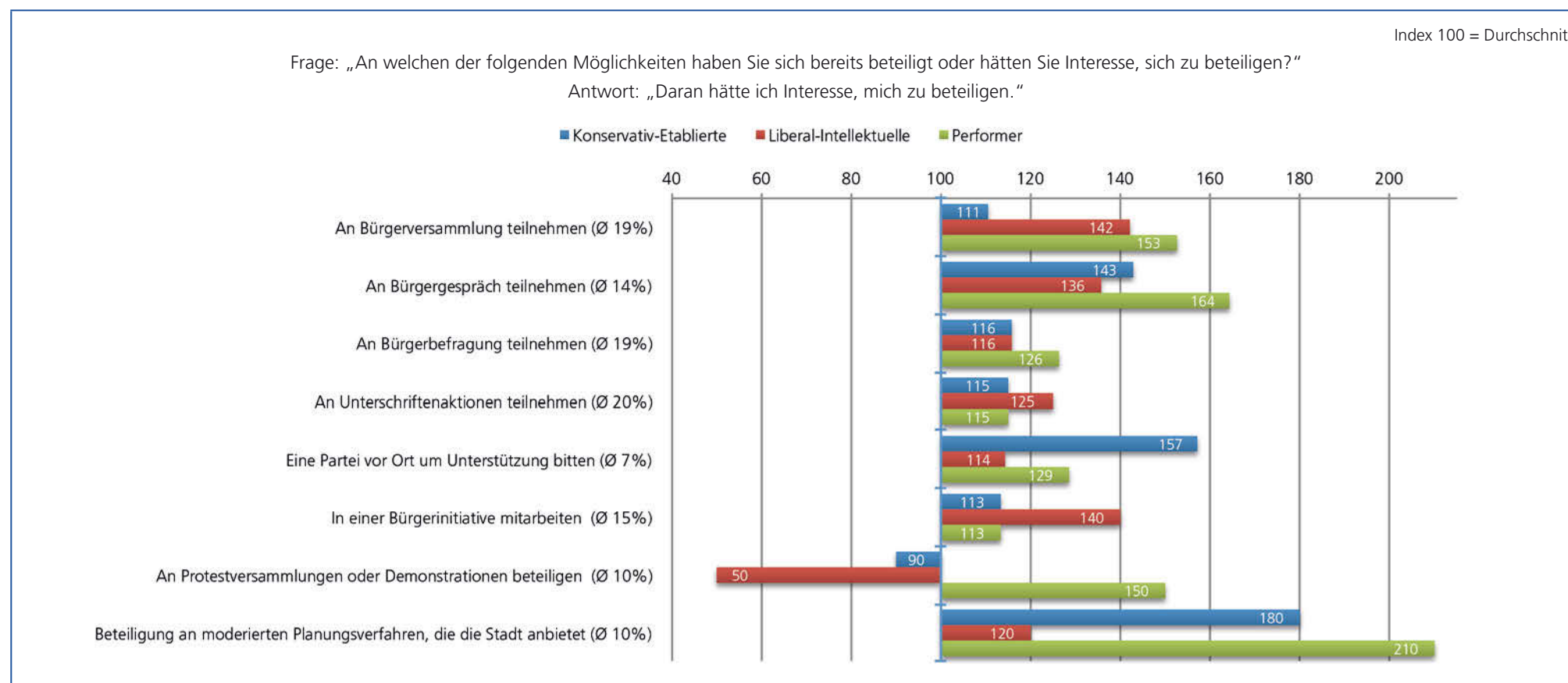
wie auch die Liberal-Intellektuellen an solchen Veranstaltungen beteiligt haben.¹⁵⁷ Eine Studie des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung (WZB) kommt zu dem Schluss, dass die Altersverteilung auf eben diesen Demonstrationen eher ungewöhnlich verteilt ist und über 60 Prozent der Teilnehmer zwischen 40 und 64 Jahren alt war. Zudem sei der überproportionale Anteil an sehr gut gebildeten Personen auffällig

gewesen,¹⁵⁸ und das Bild der Teilnehmer entsprach dem des kommunal engagierten Bürgers mittleren Alters, höheren Bildungsstands mit eher linksliberaler Einstellung und

¹⁵⁷ In der Einleitung wurde auf dieses Bild bereits eingegangen; wir greifen den Gedanken hier bezogen auf Partizipation und Milieus nochmals auf.

¹⁵⁸ D. Rucht/B. Baumgarten/S. Teune/W. Stuppert (2010): Befragung von Demonstranten gegen Stuttgart 21 am 18.10.2010; http://www.wzb.eu/sites/default/files/personen/schneider.kerstin.468/s21_kurzbericht_2.pdf [29.11.2011]

Abbildung 160: Leitmilieus – Interesse, sich zu beteiligen



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

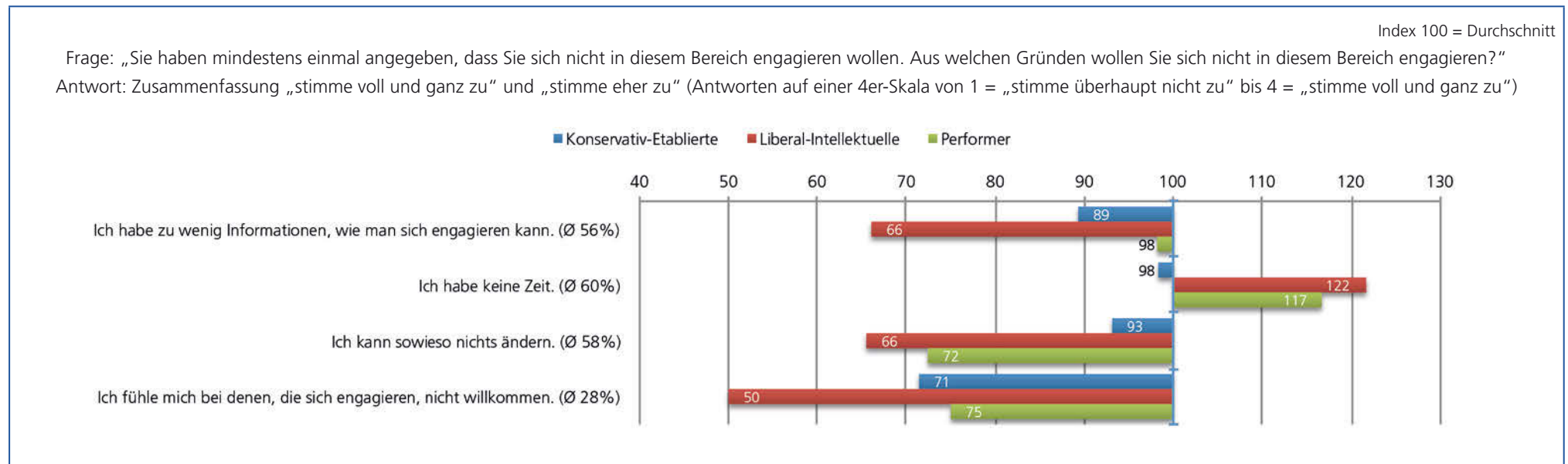
in sozioökonomisch sicherer Position.¹⁵⁹ Auf den ersten Blick also können die Gesellschaftlichen Leitmilieus durchaus Teil dieses Bilds sein. Sie sind, das zeigt die Grafik zum Interesse an Beteiligungsmöglichkeiten, an den unterschiedlichsten Möglichkeiten oft (weit) überdurchschnittlich interessiert. Auch hier scheint die Chance hoch zu sein, dass

¹⁵⁹ Vgl. Stürmer (2011), a. a. O.; http://www.psychologie-aktuell.com/fileadmin/download/PP_1-2011.pdf [29.11.2011]; http://www.wzb.eu/sites/default/files/personen/schneider.kerstin.468/s21_kurzbericht_2.pdf [29.11.2011]

sie für Beteiligungsformen gewonnen werden können, die sich durch ein aktiveres Mitwirken und eher persönlichen Kontakt auszeichnen. Als Beispiel ist besonders für die Konservativ-Etablierten und die Performer das ausgeprägte Interesse an moderierten Planungsverfahren der Stadt hervorzuheben, aber auch die Möglichkeit, eine Partei vor Ort um Unterstützung zu bitten, erscheint hier attraktiver als in anderen Milieus.

In diesen Interessenlagen spiegelt sich die Art der Leitmilieus wider, Dinge anzupacken: Beteiligung heißt für sie tatsächlich mitmachen, mitreden und sich aktiv mit einbringen.

Abbildung 161: Leitmilieus – Gründe, sich nicht zu engagieren



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

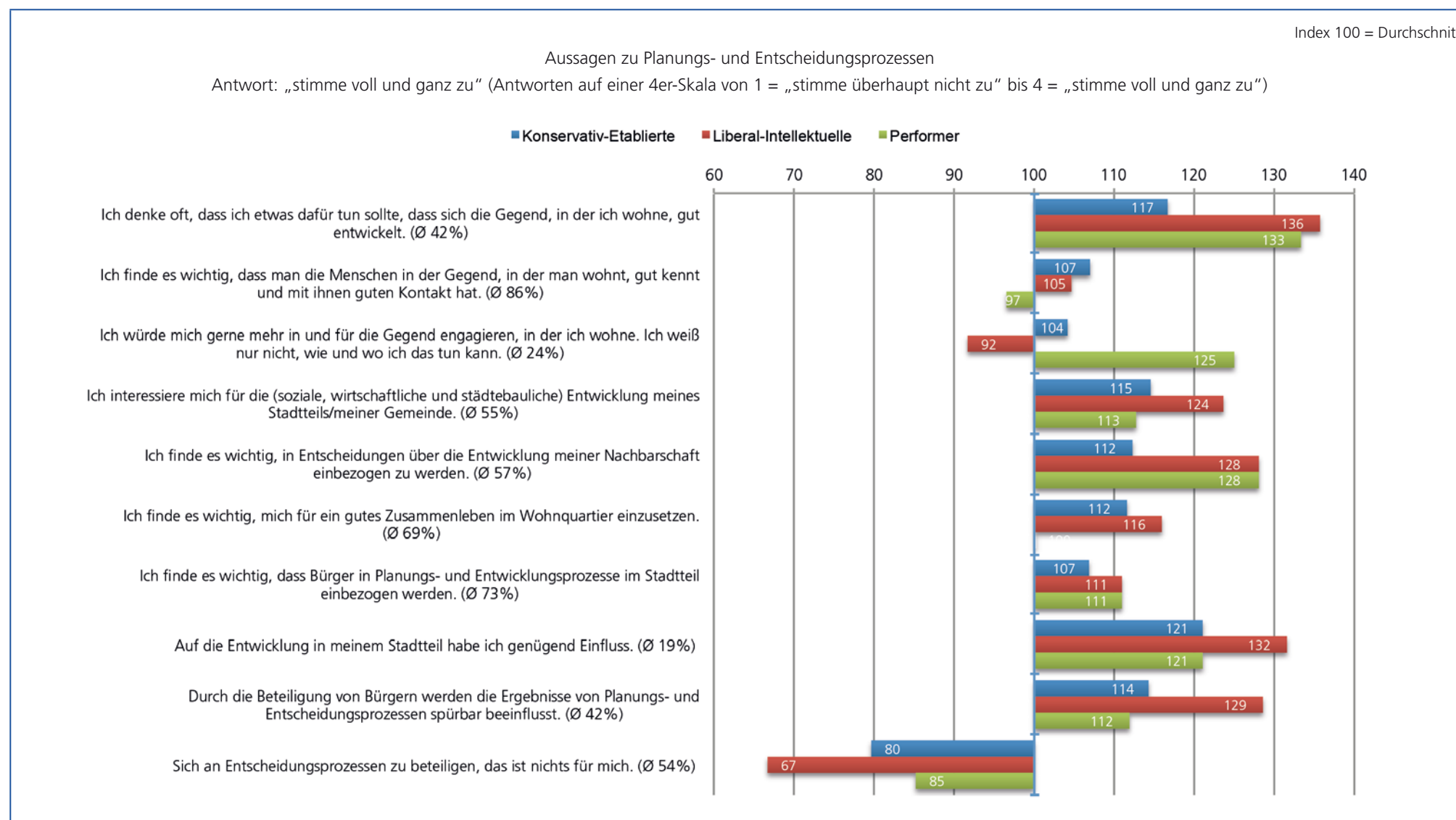
Wird ihnen die Möglichkeit dazu nicht gegeben, dann ist die Wahrscheinlichkeit recht groß, dass sie sich abwenden und im schlimmsten Fall gegen einen wenden. Eine Informationsveranstaltung reicht ihnen nicht aus, sie wollen am Geschehen in der Stadt aktiv teilhaben und mitwirken.

Das hohe Engagementpotenzial der Leitmilieus spiegelt sich auch in der Angabe zu den Gründen, die für sie dagegen sprechen, sich zu engagieren: Einzig und allein der Zeitfaktor sticht hier hervor, und sowohl Liberal-Intellektuelle als auch Performer geben (leicht) überdurchschnittlich oft an, dass die Tatsache, dass sie keine Zeit haben, ein Grund ist, sich nicht zu engagieren. Alle anderen Gründe haben hier kaum Relevanz. Auffällig innerhalb dieser Milieus ist auch, dass sie stark unterdurchschnittlich zustimmen, wenn es um die Aussage geht, dass man sich bei denen, die sich engagieren, nicht willkommen fühle. Im Durchschnitt stimmen dieser Aussage 28 Prozent zu – bei den Liberal-Intellektuellen sind es nur 14 Prozent, bei den Konservativ-Etablierten 20 Prozent und bei den Performern 21 Prozent. Als Vergleich: Unter den Prekären stimmen dieser Aussage 48 Prozent, unter den Konsum-Hedonisten gar 54 Prozent zu. Das lässt

sich zum einen als ein weiteres Indiz dafür interpretieren, dass die Leitmilieus maßgeblich den Ton mit angeben unter denen, die sich engagieren. Zum anderen wird hier deutlich, dass zwischen diesen Milieus Konfliktpotenziale hinsichtlich der Beteiligung bestehen. Die Leitmilieus scheinen hier in ihrem Element zu sein, während andere diese kommunikative Gewandtheit als eher von oben herab und unnötig kompliziert wahrnehmen und sich davon tendenziell abschrecken lassen. Hier besteht die Herausforderung darin, einen kommunikativen Ausgleich zu finden, sodass sich keines der Milieus unerwünscht oder fehl am Platz fühlt.

Ein Blick auf Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen verdeutlicht weiter das hohe Engagementpotenzial und den Antrieb zur Beteiligung der Gesellschaftlichen Leitmilieus: Es scheint ihnen ein Bedürfnis zu sein, etwas für ihre Gegend, in der sie wohnen, zu tun. Dazu zählt auch, dass man sich für seine Gegend interessiert und weiß, was in seiner Umgebung geschieht – die Zustimmung zu diesen Aussagen ist über die Leitmilieus hinweg (leicht) überdurchschnittlich.

Abbildung 162: Leitmilieus – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Auch die Zustimmung zur Aussage „Ich finde es wichtig, in die Entscheidungen über die Entwicklung meiner Nachbarschaft einbezogen zu werden.“ fällt unter den Leitmilieus (leicht) überdurchschnittlich aus – einen Einfluss auf die Nachbarschaft und deren Entwicklung zu haben, ist wichtig für diese Milieus. Sie haben ein großes Interesse daran, dass sie in einer Umgebung und Nachbarschaft leben, die ihren Ansprüchen gerecht wird – und das soll natürlich nach Möglichkeit so bleiben. Grundsätzlich hat Wohnen in diesen Milieus einen sehr hohen Stellenwert. Dementsprechend hoch sind die Ansprüche an Wohnung, Haus, Nachbarschaft und Umgebung. Wenn es ihnen dort, wo sie leben, gefällt, dann ist die Quartiersbindung sehr hoch, und die Bereitschaft und der Wunsch, sich zu beteiligen, werden entsprechend ausfallen; schließlich wollen sie, dass es so bleibt. Allein die Performer weichen von diesem Bild etwas ab, denn entsprechend der Bedeutung von Beruf und Karriere sind sie grundsätzlich bereit, dann umzuziehen, wenn es sie weiterbringt. Innerhalb der Leitmilieus weisen sie die höchste Mobilität auf. Dementsprechend fällt die Quartiersbindung geringer aus und ein guter oder enger Kontakt zu den Nachbarn ist weniger wichtig. Nichtsdestotrotz ist ihnen eine für sie passende Wohngegend und Nachbarschaft wichtig und hat einen hohen Stellenwert.

Engagement und Engagementbereitschaft

Die Leitmilieus weisen also im Vergleich zu anderen Milieus eine sehr hohe Bereitschaft auf, sich zu beteiligen und zu engagieren. Ein Blick auf die verschiedenen Möglichkeiten, sich zu engagieren, verdeutlicht das; und die Leitmilieus geben in so gut wie allen Bereichen (deutlich) überdurchschnittlich oft an, dass sie sich vorstellen können, sich in dem einen oder anderen Bereich zu engagieren. Einzige Ausnahme bilden die Konservativ-Etablierten, die sich in einigen Bereichen weniger engagieren würden als der Durchschnitt (Kinder- und Jugendarbeit und Integration von Migranten). Bei den Liberal-Intellektuellen und Performern scheint das Interesse an den aufgeführten Möglichkeiten zum Teil außerordentlich groß.

Getrieben werden sie hier wohl auch von dem Bedürfnis, dass sie in einer Gegend leben und wohnen, in der sie alles ihnen wichtige vorfinden: angemessenen Wohnraum, eine entsprechende Infrastruktur (zum Beispiel gute, gerne auch gehobene Einkaufsmöglichkeiten und Angebote im Bereich Bildung), Sicherheit und eine gepflegte Nachbarschaft. Um dies zu erhalten, muss man sich natürlich mit beteiligen, was in diesem Fall durchaus auch Lenken bedeuten kann. Hinzu kommt, dass es auch zum „guten Ton“ gehört, sich für andere einzusetzen, zu helfen und sich zu engagieren.

Vor allem die Liberal-Intellektuellen und die Performer zeichnen sich durch überdurchschnittliche Engagementbereitschaft in vielen Bereichen aus. Dabei stehen Kultur und kreative Projekte, Bildung, Kinder und Jugend sowie eine umweltgerechte Quartiersgestaltung und die Integration von Migranten hoch im Kurs. Die hohe Bedeutung von Bildung in der Lebenswelt der beiden Milieus wird hier ebenfalls reflektiert, denn auch hier ist die Bereitschaft, sich in diesem Bereich zu engagieren, weit überdurchschnittlich hoch.

Die Potenziale sind also besonders bei den Liberal-Intellektuellen und den Performern groß; sie für verschiedene Engagementprojekte zu begeistern, wird nicht schwierig sein. Einzig der Zeitfaktor kann auch hier zum Ausschlusskriterium werden, denn beide Milieus sind beruflich stark eingebunden, und Zeit, sich zu engagieren, ist folglich knapp. Grundsätzlich stehen Beteiligung und Engagement hier, wie auch bei den Kritisch-Kreativen, in Konkurrenz zu anderen „Veranstaltungen“, hier eben ganz vordergründig Beruf und Karriere. Engagement muss sich für diese beiden Milieus wie auch für die Konservativ-Etablierten lohnen. Das heißt einerseits, dass sie nicht nur und einfach informiert werden wollen, sondern tatsächlich aktiv mitmachen, sich bei Entscheidungen beteiligen und ein tatsächliches Mitspracherecht haben wollen. Das heißt andererseits aber auch, dass sie Ergebnisse sehen wollen: Wo beeinflussen ihre Entscheidungen und ihr Mitwirken die Entwicklung von Nachbarschaft, Quartier und Stadt? Hat die Beteiligung etwas bewirkt, verändert sich etwas, und wenn ja, so, wie man es sich vorstellt? Kann dieses Bedürfnis nicht befriedigt werden, wenden sie sich ab und im schlimmsten Fall gegen einen.

Fazit: Die Leitmilieus – „Die Macher“

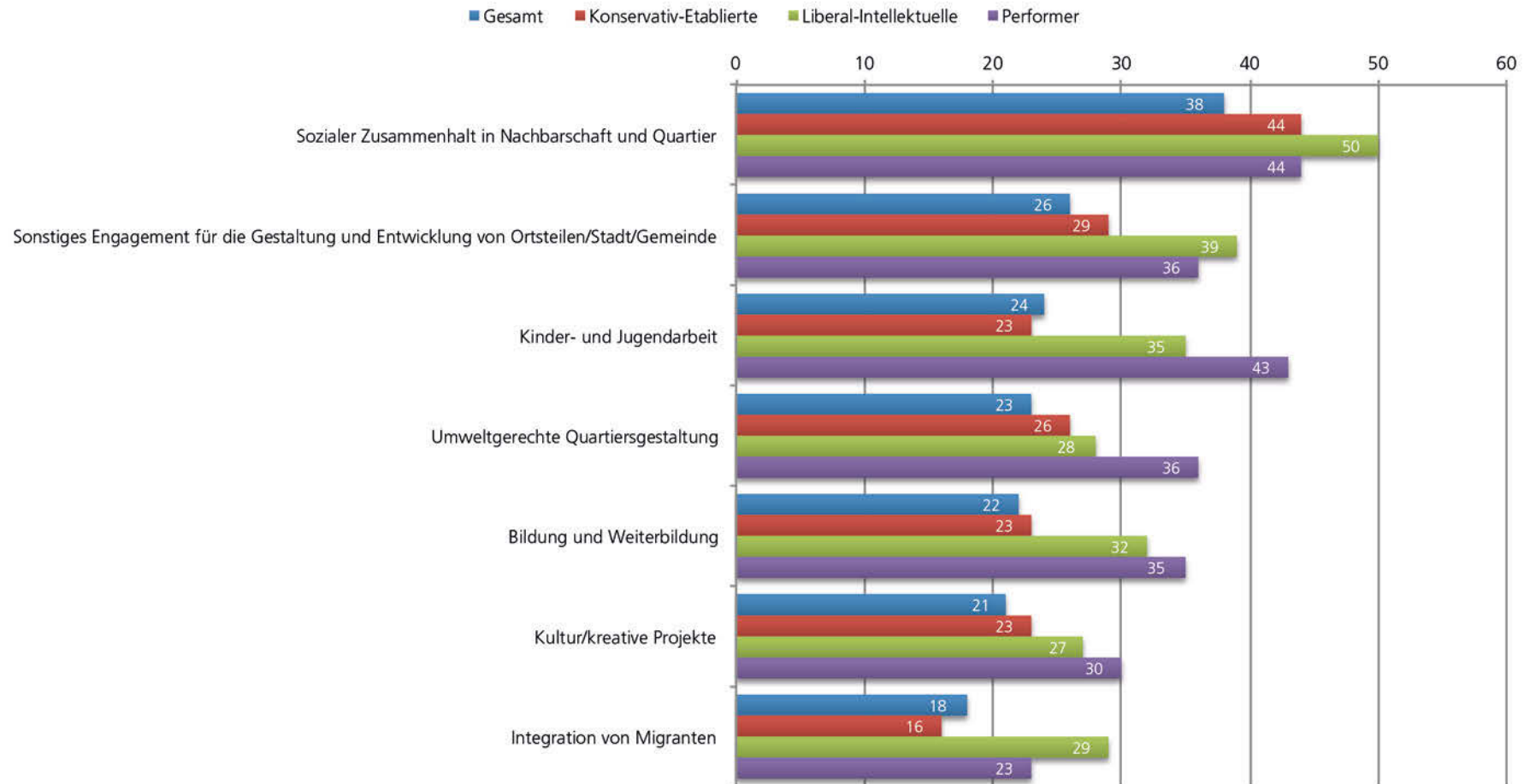
Zusammenfassend lassen sich die Gesellschaftlichen Leitmilieus als die „Macher“ beschreiben – sie wollen aktiv beteiligt werden und ebenso Einfluss auf ihre Umgebung, ihre Nachbarschaft und die Stadt nehmen. Dass es ihnen nicht um (materielle) Gegenleistungen für ihre Beteiligung und ihr Engagement geht, verdeutlicht die Grafik: Verglichen mit dem Durchschnitt stimmen sie der Aussage, dass ihnen eine Aufwandsentschädigung die Teilnahme an Planungs- und Entscheidungsprozessen erleichtern würde, weit weniger oft zu. Verglichen mit anderen Milieus fällt die Diskrepanz noch stärker ins Gewicht: 13 Prozent der Konservativ-Etablierten und jeweils 12 Prozent der Liberal-Intellektuellen und Performer stimmen dieser Aussage zu und weichen damit fünf bzw. 6 Prozentpunkte vom Durchschnitt ab. Im Gegensatz dazu weichen die Präkären 14 Prozentpunkte nach oben vom Durchschnitt und 19 Prozentpunkte bzw. 20

Abbildung 163: Leitmilieus – Engagementbereitschaft im Vergleich

Angaben in Prozent

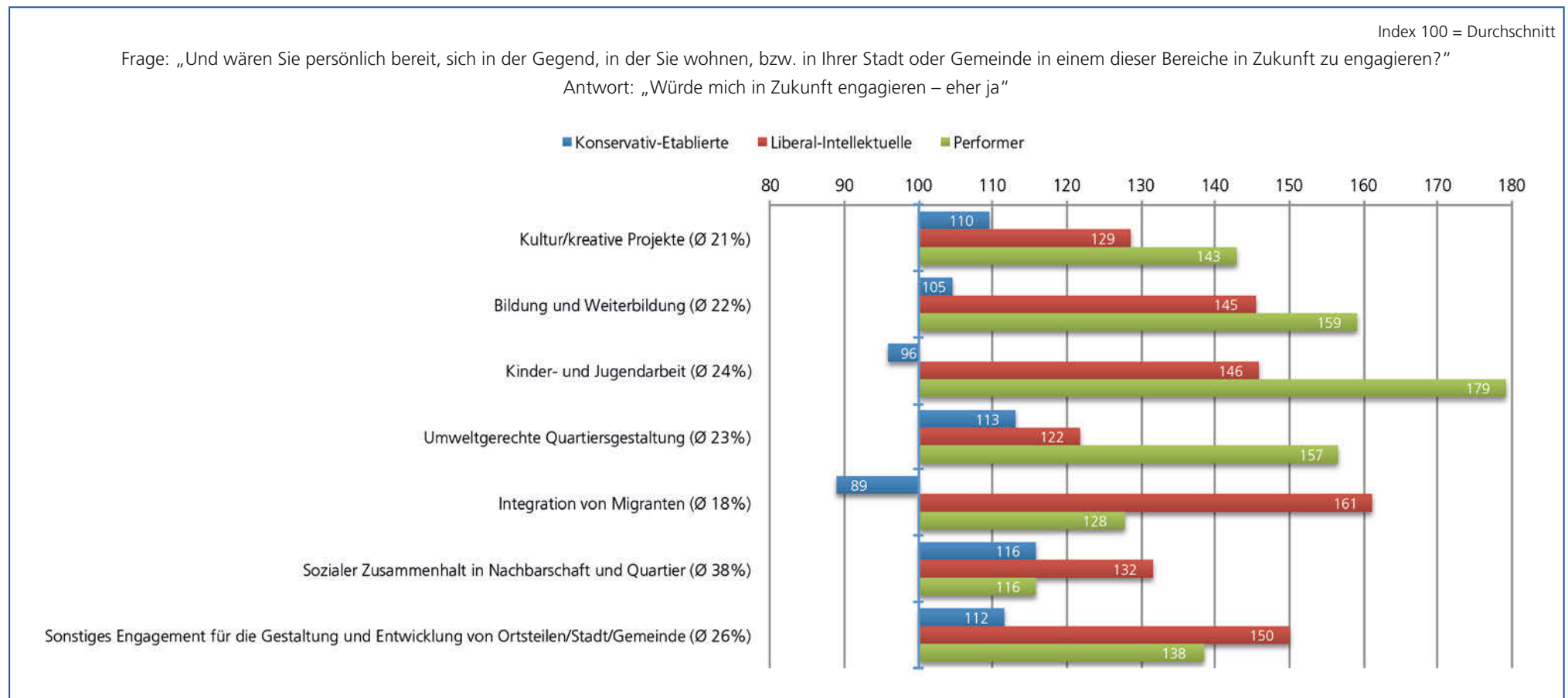
Frage: „Und wären Sie persönlich bereit, sich in der Gegend, in der Sie wohnen, bzw. in Ihrer Stadt oder Gemeinde in einem dieser Bereiche in Zukunft zu engagieren?“

Antwort: „Würde mich in Zukunft engagieren – eher ja“



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 164: Leitmilieus – Engagementbereitschaft



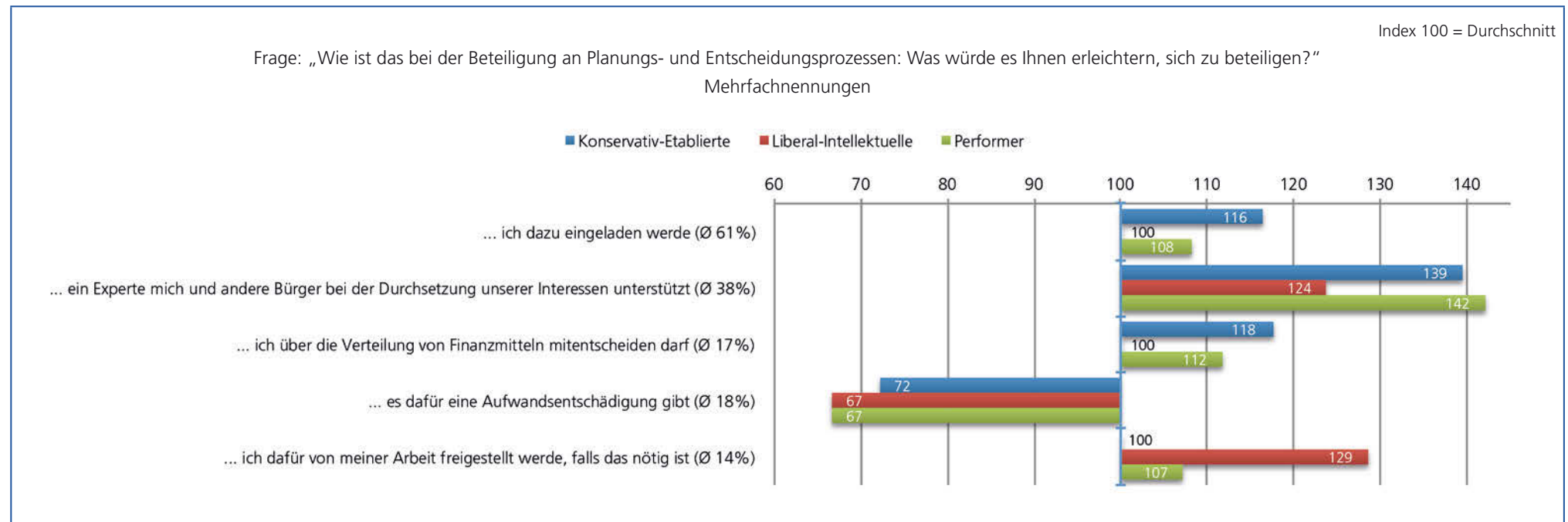
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Prozentpunkte von den Leitmilieus ab. Auch die Exeditiven und die Experimentalisten liegen in der Zustimmung zu dieser Aussage weit über dem Durchschnitt und lassen sich tendenziell durch eine Aufwandsentschädigung zur Teilnahme an Beteiligungs- und Entscheidungsprozessen überzeugen. Dieser Befund verdeutlicht, dass das Bedürfnis nach Beteiligung innerhalb der Leitmilieus eher intrinsisch (aus eigenem Antrieb, von sich aus) motiviert zu sein scheint – ausschlaggebend ist eben nicht, dass für er-

brachte Beteiligung und Engagement eine entsprechende (materielle) Gegenleistung angeboten wird.

Den Vertretern der Gesellschaftlichen Leitmilieus sind, auch das wird in der Darstellung deutlich, andere Aspekte wichtig, die wiederum ihren Wunsch nach aktiver und ergebnisorientierter Mitgestaltung verdeutlicht: Ihnen würde die Teilnahme eher erleichtert werden, wenn sie Unterstützung durch einen Experten bei der Durchsetzung ihrer Inte-

Abbildung 165: Leitmilieus – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...



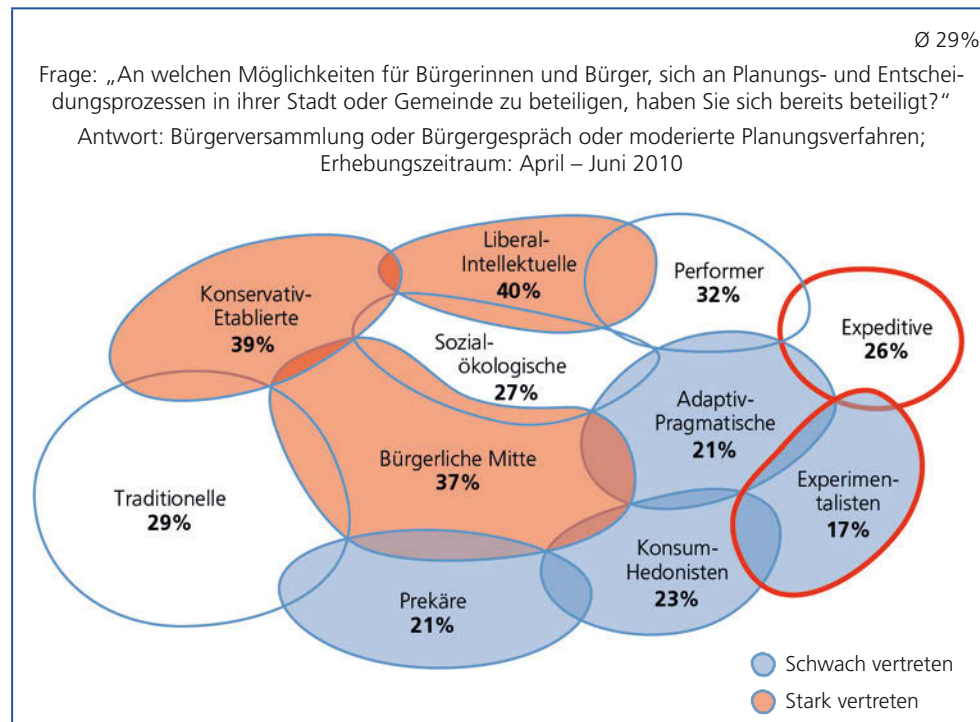
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

ressen erfahren würden. Die, verglichen mit dem Durchschnitt, sehr hohe Zustimmung zu dieser Aussage verdeutlicht auch, dass ihnen an der Durchsetzung ihrer Interessen gelegen ist. Dabei gilt aber zu beachten, dass ihre Interessen nicht zwingend auch den Interessen anderer entsprechen müssen. Ihnen ist bewusst, dass es unterschiedliche Interessenlagen gibt, und mit den richtigen Argumenten lassen sie sich gewiss auch überzeugen. Jedoch handeln sie oft entlang ihrer Vorstellungen von Gemeinwohl, und in vielen Situationen kann davon ausgegangen werden, dass es sich dabei um ihr Wohl handelt. So hat z. B. das Thema Wohnen einen hohen Stellenwert in ihrem Leben und sie setzen sich tendenziell eher für eine energetische Sanierung ein als andere Milieus. Auf der einen Seite mag das Motiv hier der Schutz der Umwelt (Gemeinwohl – schließlich haben davon alle etwas) sein. Auf der anderen Seite steht aber mit Sicherheit auch eine Reduzierung von Heizkosten („Mein-Wohl“), und dabei geht es nicht um die Umwelt, sondern um die eigene Heizkostenrechnung.

Bei diesen Milieus geht es folglich auch darum, hinter ihre Orientierung am Gemeinwohl zu schauen, denn oft stehen dahinter ganz eigene Interessen, die es einerseits zu beachten und andererseits zu respektieren gilt. Konflikte können aber dann entstehen, wenn diese Interessen im Kontrast zu denen anderer stehen, dennoch aber als Gemeinwohl, frei nach dem Motto: „Das ist gut für alle, sie wissen es nur noch nicht“, kommuniziert und vertreten werden. Die Gefahr besteht dann darin, dass sich andere Milieus bevormundet fühlen und diese Bevormundung dann so empfinden, dass ihre Meinung, ihre Interessen nicht zählen. Hinzu kommt, dass die Vertreter der Gesellschaftlichen Leitmilieus kommunikativ sehr dominant sind. Die Herausforderung besteht also darin, dass auf beiden Ebenen und je nach Thema und Problemlage in Stadt, Quartier oder Nachbarschaft nach einem Ausgleich der Interessen und kommunikativen Brücken gesucht wird.

Kritisch-kreative Milieus und Partizipation

Abbildung 166: Kritisch-kreative Milieus – Bürgerdialog: Status quo



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Zur Erinnerung: Die Milieus aus dem Kritisch-kreativen Segment gehören nicht zu jenen, die durch außerordentliche Partizipation auffallen. Für die Experimentaristen gilt gar das Gegenteil: Sie heben sich in Sachen Partizipation deutlich von den meisten anderen Milieus ab. Nur 17 Prozent der Experimentaristen geben an, dass sie sich schon mal an einem Bürgergespräch, einer Bürgerversammlung oder einem moderierten Planungsverfahren beteiligt haben.

Partizipation und Beteiligung

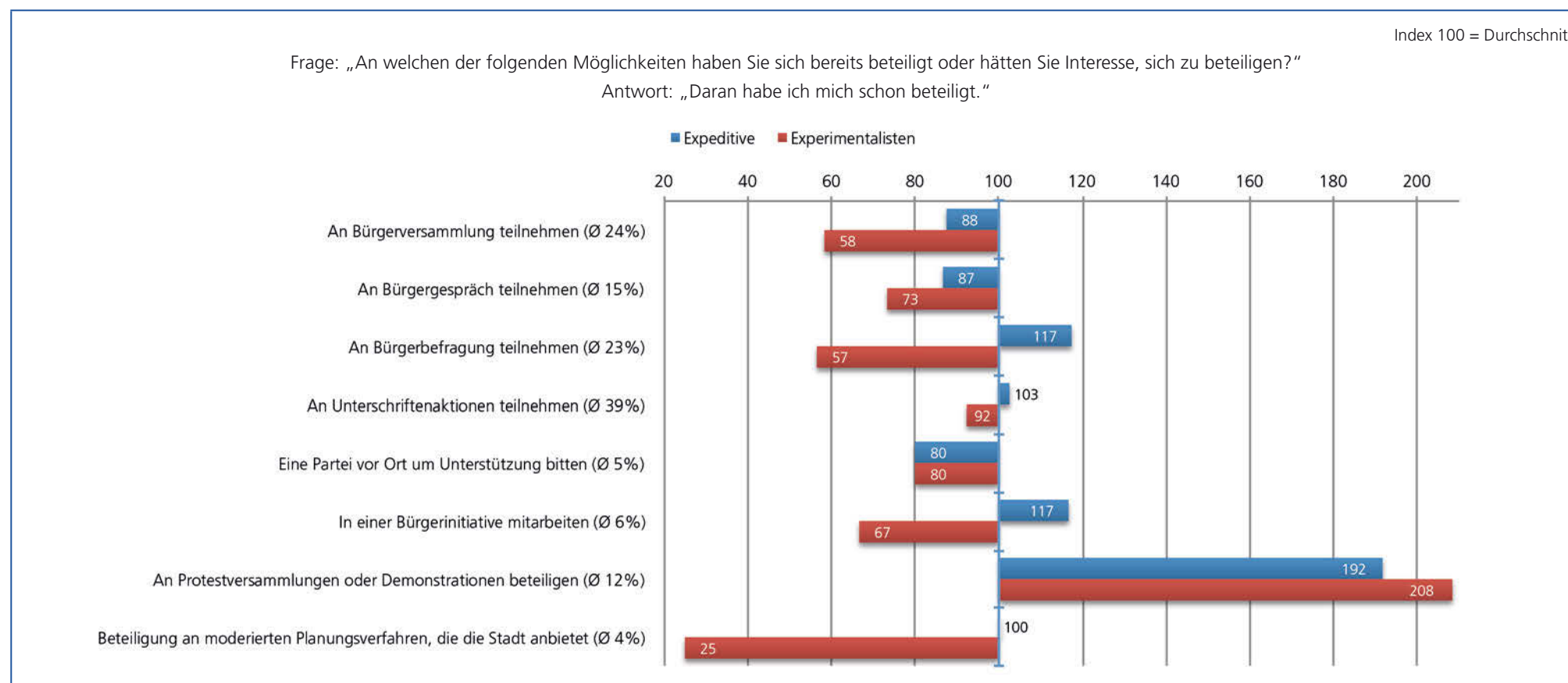
Die beiden Milieus aus dem Segment der Kritisch-Kreativen unterscheiden sich in Sachen Partizipation und Engagement zum Teil stark voneinander. Weichen die Expedi-

tiven oft kaum vom Durchschnitt ab, so sind die Experimentaristen oft und zum Teil stark in den Bereichen der hier aufgeführten bürgerlichen Partizipationsmöglichkeiten unterrepräsentiert. Einzig die Möglichkeit von Protest und Demonstration erfreut sich in beiden Milieus überdurchschnittlicher Beteiligung: Insgesamt geben in der vhw-Trendbefragung 2010 12 Prozent der Befragten an, dass sie sich bereits an einer Protestversammlung oder Demonstration beteiligt haben. Bei den Expeditiven sind es schon 23 Prozent, unter den Experimentaristen 25 Prozent. Damit geben die Befragten dieser beiden Milieus weit überdurchschnittlich oft an, dass sie an solchen Arten der Bürgerbeteiligung schon teilgenommen haben. Hingegen sind die meisten anderen ganz besonders bei den Experimentaristen oft stark unterrepräsentiert.

Es scheint weiterhin, als seien eben die Veranstaltungen bisher weniger beliebt, die eine aktive Beteiligung erfordern – diese Beobachtung scheint sich vor allem für die Experimentaristen zu manifestieren, denn auch bei der Frage danach, an welcher Art von Beteiligungsmöglichkeiten sie Interesse hätten, fällt auf, dass sie auch hier im Vergleich zum Durchschnitt weniger oft Interesse äußern: Bürgergespräche, die Zusammenarbeit mit Parteien und auch moderierte Planungsverfahren der Stadt wecken hier sehr unterdurchschnittliches Interesse. Das sind vor allem die Möglichkeiten, die ein hohes Maß an aktiver Beteiligung erfordern, sich durch einen geringeren Grad an Anonymität auszeichnen, Zeit und Engagement erfordern. Darüber hinaus ist fraglich, ob der Spaßfaktor bedient werden kann – üblicherweise haben Bürgerversammlungen und Gespräche wenig Erlebnisgehalt, der der Spaßorientierung der Experimentaristen entgegenkommt. Eine Demonstration kann da durchaus aufregender erscheinen und fordert zudem weniger (langfristigen) persönlichen Einsatz.

Bei den Expeditiven zeichnet sich ein etwas anderes Bild: Unterdurchschnittliches Interesse besteht in erster Linie an Bürgerversammlungen. Allerdings äußern sie gegenüber der Zusammenarbeit mit einer Partei vor Ort überdurchschnittliches Interesse – eine Beteiligungsform, die im Vergleich zur Teilnahme an einer Unterschriftenaktion deutlich mehr Engagement und Initiative verlangt. Gleichzeitig mag die Zusammenarbeit mit einer Partei einigen Charakteristika der Expeditiven Rechnung tragen, beispielsweise dem Drang der Selbstbestimmung, Selbstorganisation und Selbstinszenierung. Hier können sie selber lenken und gestalten, und am Ende steht ein Ergebnis (Unterstützung oder eben nicht). Der Zeithorizont einer solchen Sache mag ebenfalls eingeschränkt sein, was den Expeditiven ebenfalls sehr entgegenkommt.

Abbildung 167: Kritisch-kreative Milieus – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten

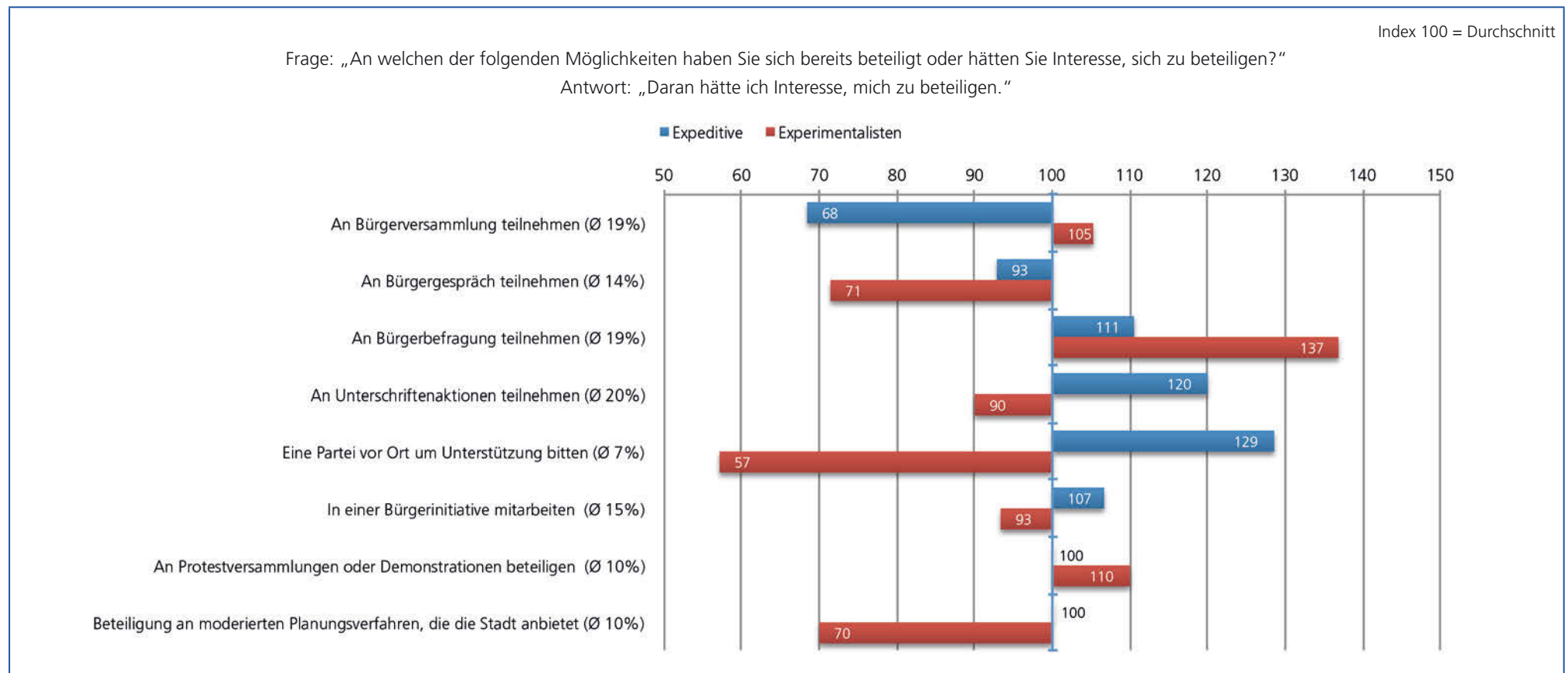


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Die Gründe dafür, sich nicht zu engagieren, fallen für diese Milieus ebenfalls unterschiedlich aus: Bei den Expeditiven steht die Zeit im Vordergrund, die sie offensichtlich nicht haben – 79 Prozent der Expeditiven geben an, dass sie sich nicht engagieren, weil ihnen die nötige Zeit fehlt. Hier wird deutlich, dass um die Zeit der Expeditiven „gekämpft“ werden muss. Beteiligungsverfahren, Bürgerversammlungen, Gespräche, Planungsverfahren etc. sind nur einige Möglichkeiten, seine Zeit zu gestalten – daneben gibt es viele andere Möglichkeiten und Gelegenheiten, seine Zeit zu verbringen.

Wer in der Hinsicht „gewinnen“ will, sollte daran denken, was dieses Milieu im Alltag umtreibt: Sie wollen zeigen, dass sie (auch wenn sie oft noch sehr jung sind) jemand sind, etwas leisten und zu bieten haben. Wenn sie das Gefühl haben, dass sie als diejenigen, die sie sind, geschätzt werden, dann engagieren sie sich gerne für eine Sache. Wertschätzen heißt hier, dass ihnen Vertrauen entgegengebracht wird, sie nicht in ein Regelkorsett für Engagement und Teilhabe gezwängt werden, sie die Möglichkeit haben, ihrer Kreativität auch mal freien Lauf lassen zu können, entstehende Ideen

Abbildung 168: Kritisch-kreative Milieus – Interesse, sich zu beteiligen

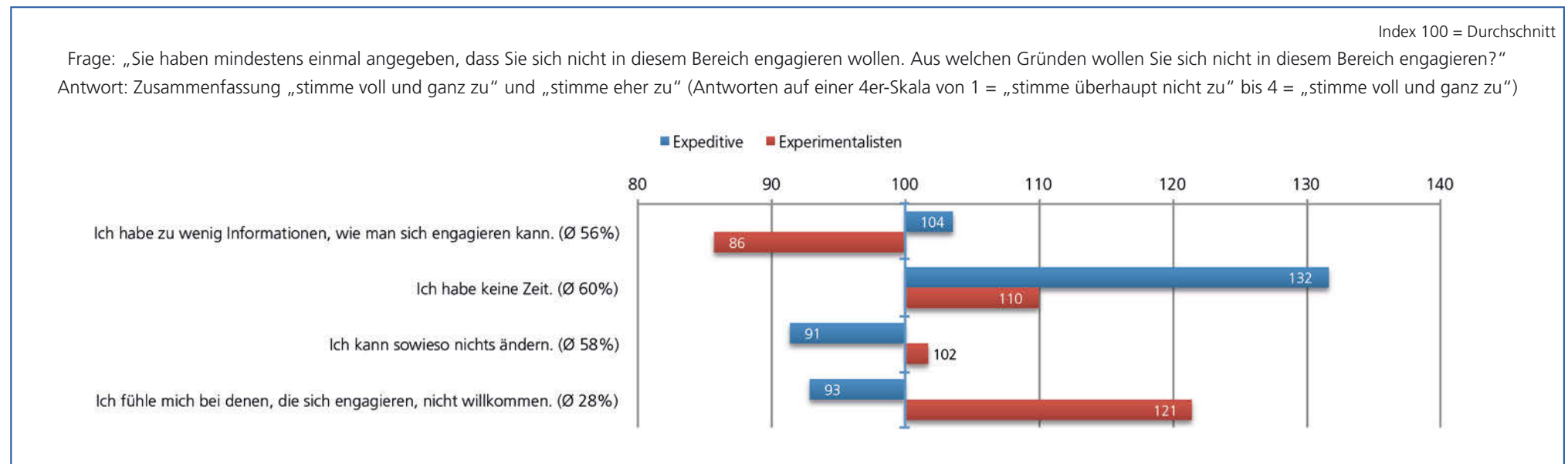


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

nicht sofort im Keim erstickt werden (erst anhören, dann diskutieren!). Sie einfach nur „mitnehmen“ funktioniert nicht; diesen Plan würden sie ohnehin früher oder später durchschauen und sich dann enttäuscht zurückziehen.

Unter den Experimentalisten geben insgesamt 66 Prozent an, dass sie keine Zeit haben. Im Vergleich zum Durchschnitt ist diese Angabe ebenfalls leicht überdurchschnittlich, allerdings fällt die Zustimmung hier nicht so stark aus wie bei den Expeditiven. Deutlich überrepräsentiert sind die Experimentalisten in ihrer Zustimmung zur Aussage „Ich füh-

le mich bei denen, die sich engagieren, nicht willkommen.“. Über die Milieus hinweg betrachtet stimmen hier 28 Prozent der Aussage zu, bei den Experimentalisten sind es 34 Prozent (bei den Expeditiven 26 Prozent) – über ein Drittel der Experimentalisten fühlt sich also nicht wohl im Kreise derjenigen, die sich engagieren. Zum Vergleich: Die Leitmilieus liegen weit unter dem Zustimmungsniveau der Experimentalisten; unter den Sozialökologischen stimmen dieser Aussage gar nur 6 Prozent zu. Der Grund dafür ist aller Wahrscheinlichkeit nach im „Klima“ unter den Engagierten zu suchen; und es ist

Abbildung 169: Kritisch-kreative Milieus – Gründe, sich nicht zu engagieren

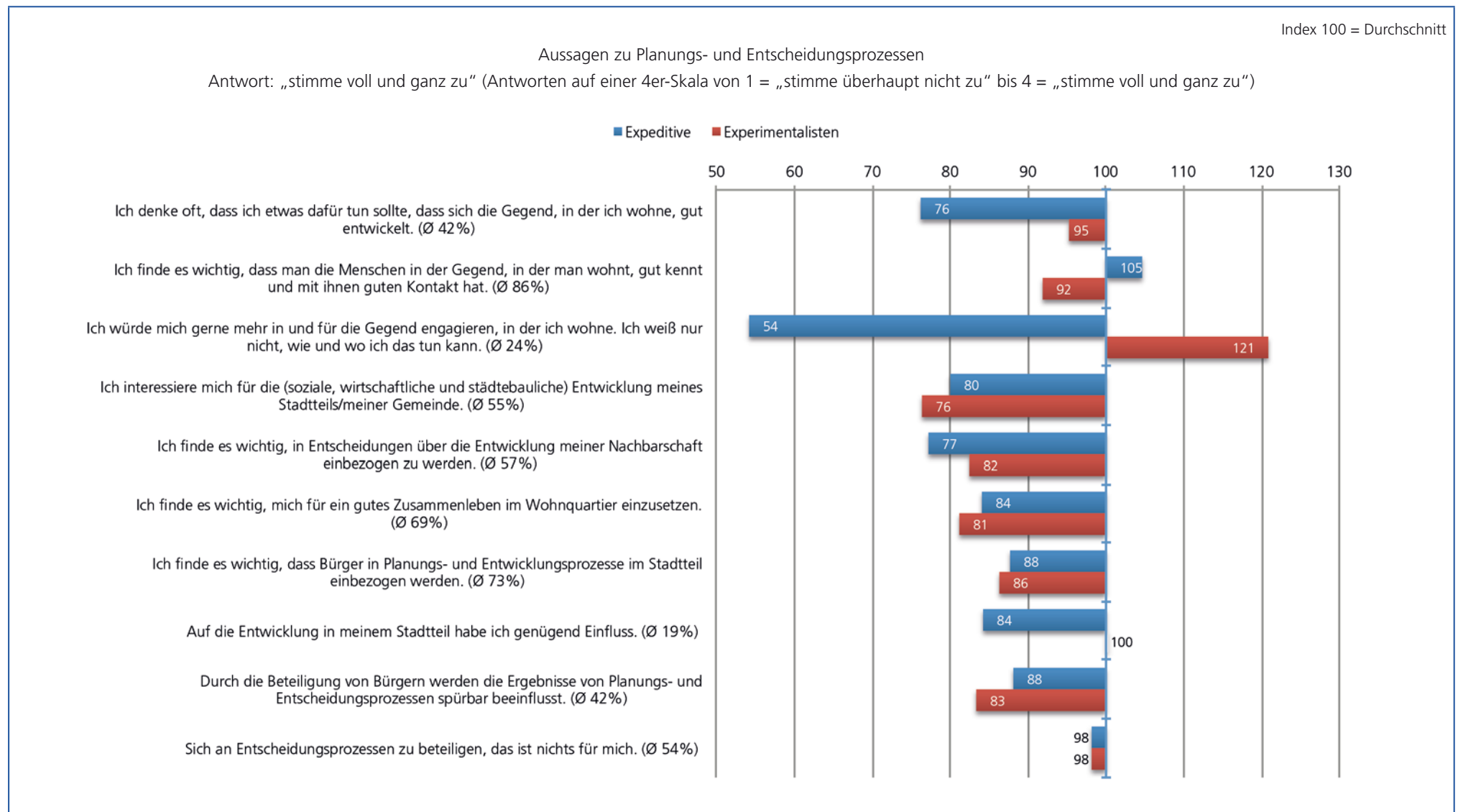
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

davon auszugehen, dass die Stimmung, die Art und Weise zu kommunizieren, zu diskutieren und sich auszutauschen den Experimentalisten nicht liegt. Vorurteile den Experimentalisten gegenüber tragen darüber hinaus ebenfalls nicht zum Wohlfühlfaktor bei – sie sind ein spaßorientiertes Milieu, haben eine eigene und aus der Sicht anderer oft unkonventionelle Art, ihr Leben zu gestalten und zu kommunizieren. Dennoch sind sie in eben den Dingen, die ihnen Spaß machen, ihrem Leben bzw. Alltag einen Sinn geben, durchaus engagiert und kreativ bei der Sache. Hier zählt wie bei den Expeditiven, dass man sie als die, die sie sind, ernst nimmt und sich vor allem auf sie einlässt – ohne vorgefertigte Meinungen und Urteile zu ihnen und ihrem Lebensstil.

Ein weiterer Grund, sich nicht zu engagieren bzw. an Planungs- und Entscheidungsprozessen teilzuhaben, kann in diesen Milieus auch in der eher schwach ausgeprägten Quartiersbindung gesehen werden. Besonders die Expeditiven stehen gerade am Beginn ihres beruflichen Lebens, Studiums oder ihrer Ausbildung. Damit sind sie (noch) überaus flexibel und mobil. Die Bindung an Nachbarschaft und Quartier ist entspre-

chend flüchtig, und folglich mag sich das Interesse an der Entwicklung derselben in Grenzen halten. Hinzu kommt, dass sie in ihren alltäglichen Aktivitäten nicht unbedingt an ihre unmittelbare Umgebung gebunden sind, was sich ebenfalls auf die Bindung an die Nachbarschaft auswirkt. Indizien dafür lassen sich ebenfalls in der vhw-Trendbefragung bei Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen finden.

Sowohl Expeditives als auch Experimentalisten stimmen in weiten Teilen den aufgeführten Aussagen unterdurchschnittlich oft zu. Das Gefühl, sich stärker für die Gegend, in der sie wohnen, einsetzen zu müssen, scheint im Vergleich zum Durchschnitt, aber auch im Vergleich zu einigen anderen Milieus nicht sehr stark ausgeprägt zu sein. So stimmen beispielsweise 68 Prozent der Liberal-Intellektuellen der Aussage zu, dass sie sich für die Entwicklung ihres Stadtteils interessieren; bei den Experimentalisten trifft das auf nur 42 Prozent zu, bei den Expeditiven auf 44 Prozent (im Durchschnitt stimmen dieser Aussage 55 Prozent der Befragten zu).

Abbildung 170: Kritisch-kreative Milieus – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen


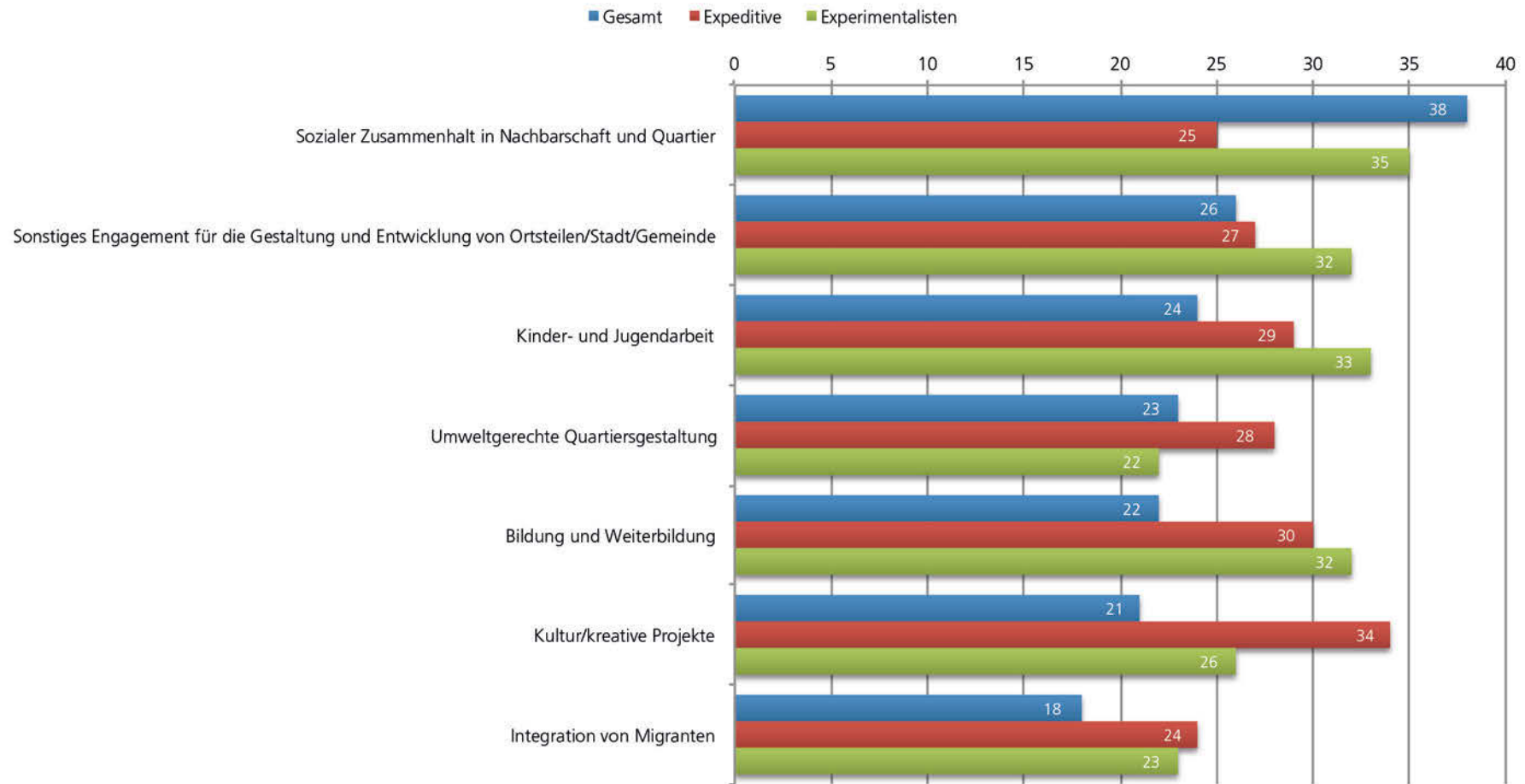
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 171: Kritisch-kreative Milieus – Engagementbereitschaft im Vergleich

Angaben in Prozent

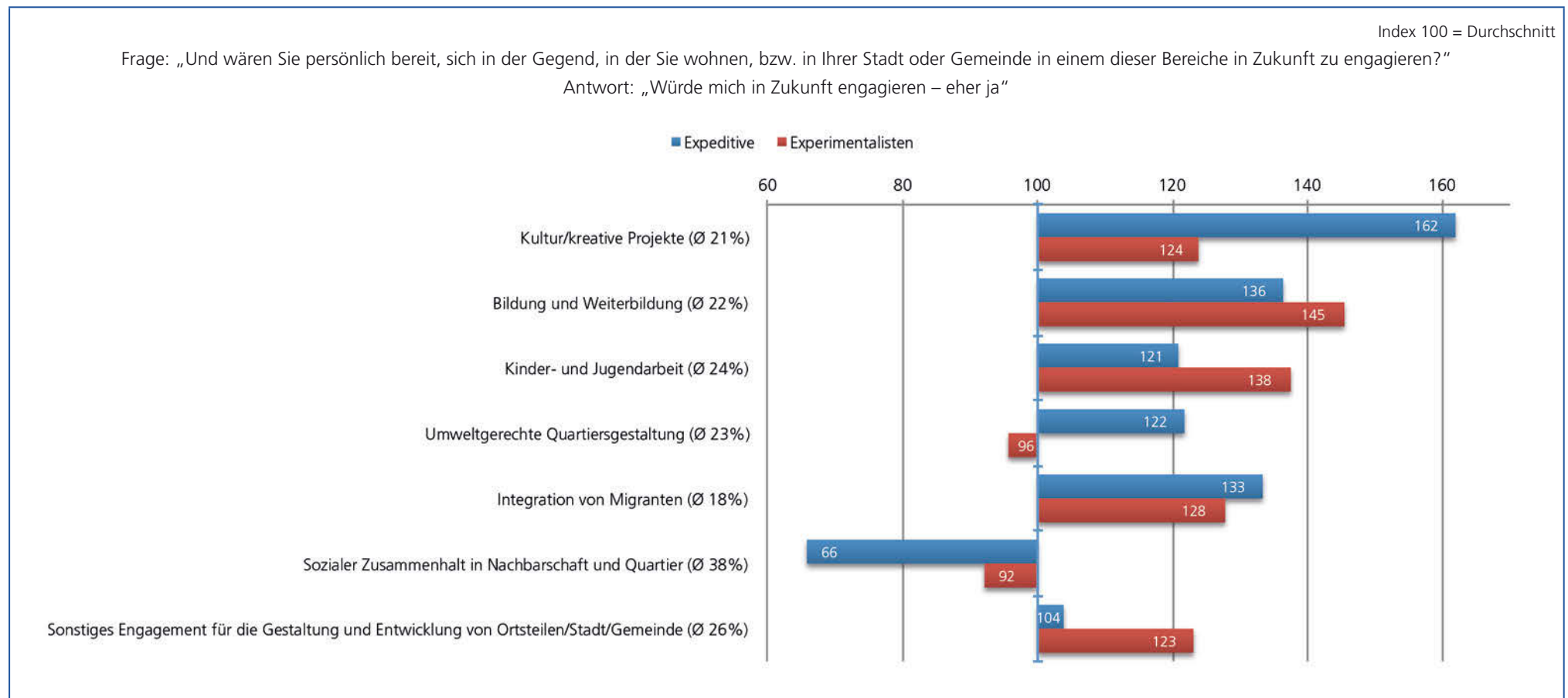
Frage: „Und wären Sie persönlich bereit, sich in der Gegend, in der Sie wohnen, bzw. in Ihrer Stadt oder Gemeinde in einem dieser Bereiche in Zukunft zu engagieren?“

Antwort: „Würde mich in Zukunft engagieren – eher ja“



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 172: Kritisch-kreative Milieus – Engagementbereitschaft

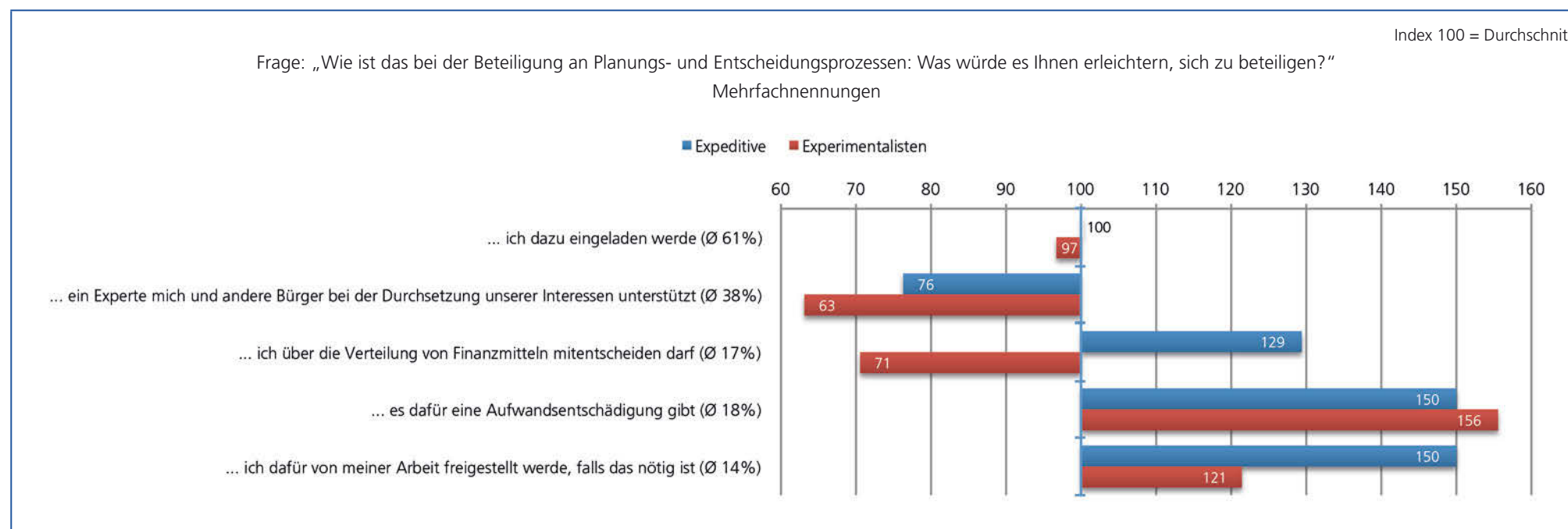


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Dieses Bild soll aber nicht heißen, dass den Kritisch-Kreativen die Entwicklung ihres Stadtteils gleichgültig ist. Für beide Milieus gilt, dass andere Aufgaben, Beschäftigungen oder Freizeitaktivitäten interessanter, spannender und aufregender sein können – das Angebot an „Konkurrenzveranstaltungen“ ist groß; und im Zweifel verliert man diese beiden Milieus an diese Konkurrenz. Gerade bei der Betrachtung von Engagement und Engagementprojekten scheint die Art der Projekte eine Rolle zu spielen.

Engagement und Engagementbereitschaft

Grundsätzlich besteht innerhalb beider Milieus ein relativ breit gefächertes Engagement-Interesse. Sowohl Expeditive als auch Experimentalisten geben in unterschiedlichen Bereichen an, sich in Zukunft für Projekte zu engagieren. Auffallend dabei ist, dass das Interesse für Engagement für den Zusammenhalt in Nachbarschaft und Quartier unterdurchschnittlich ausfällt. Der Grund dafür mag ebenfalls in der tendenziell gerin-

Abbildung 173: Kritisch-kreative Milieus – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...

Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

gen Bindung an das Quartier zu sehen sein – warum für etwas engagieren, wozu man keinen richtigen Bezug im Alltag und der eigenen Lebenswelt hat?

Die größte Herausforderung bei ihnen besteht darin, sie „bei der Stange“ zu halten. Sie engagieren sich mit Hingabe, aber nur, wenn sie selber etwas davon haben, und auch dann nicht unbedingt langfristig. Sie legen sich nicht gerne fest, lassen sich nicht gerne fest binden und gehen ungerne Verpflichtungen ein, die sie in ihrer Flexibilität einschränken. Und eben diese Flexibilität macht sie unberechenbar, denn sie können in einem Moment mit Begeisterung bei der Sache sein und im nächsten Moment nicht mehr da sein. Wer mit ihnen arbeiten will, muss sich auf dieses Verhalten, die Sprunghaftigkeit, ihre Kreativität einstellen und sollte sie zu nutzen wissen.

Fazit: Kritisch-Kreative als Konzipierer betrachten – aber nicht darauf verlassen

Für beide Milieus des Kritisch-kreativen Segments gilt, dass ihnen die Teilnahme an Beteiligungsverfahren erleichtert werden kann, hier in erster Linie durch eine Aufwandsentschädigung. Beide Milieus verfügen über relativ niedrige Einkommen; unter den Expeditiven haben überdurchschnittlich viele (noch) gar kein eigenes Einkommen. Eine entsprechende monetäre Entschädigung käme hier also gerade recht und könnte eventuell überzeugen, sich an dem einen oder anderen Verfahren zu beteiligen. Ebenso kann eine Freistellung von der Arbeit unterstützend wirken.

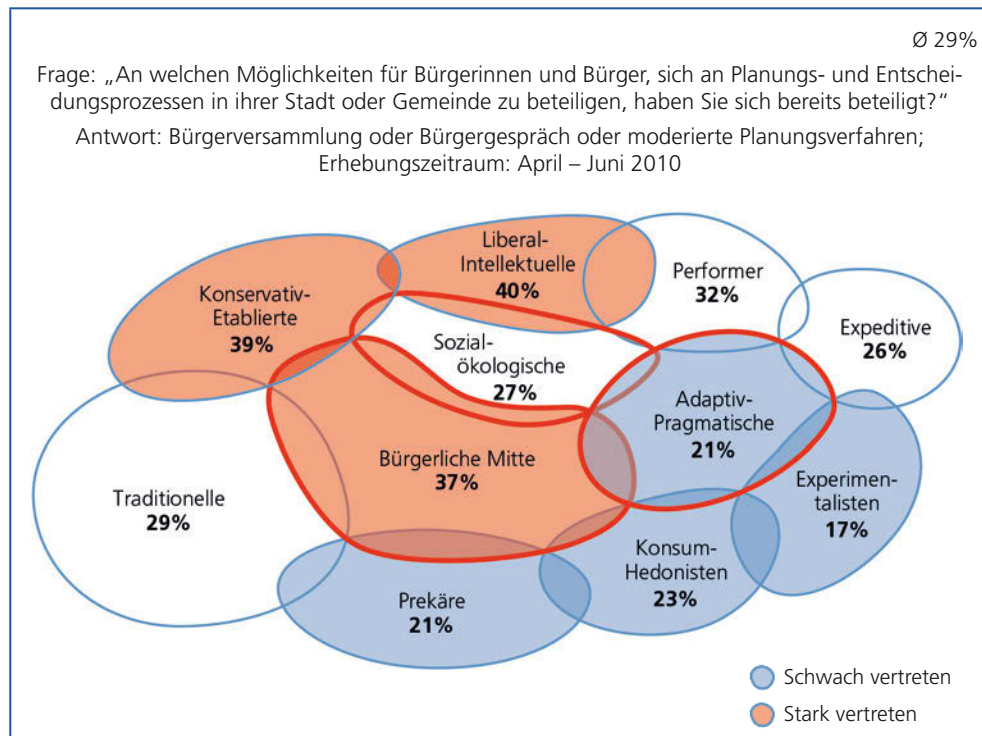
Grundsätzlich lässt sich zusammenfassend sagen, dass die Kritisch-kreativen Milieus mit Blick auf Beteiligung vor allem an Veranstaltungen Interesse zeigen, die ein kurzes „Commitment“ verlangen und sie nicht auf eine langfristige Perspektive beanspruchen, sondern für einen kurzen, absehbaren und berechenbaren Zeitraum. Sie sollten nicht „verplant“ werden, da sie das in ihrem Streben nach Flexibilität einschränkt. Fühlen sie sich eingeschränkt, fremdgesteuert und bevormundet, verliert man sie schnell.

Grundsätzlich sind besonders die Expeditiven an eher aktiven Beteiligungsverfahren interessiert, also Prozessen, bei denen sie sich von Anfang an mit ihrer Kreativität, ihren Ideen und (aus der Sicht vieler anderer Milieus) ihrer unkonventionellen Art einbringen können. Sie wollen nicht unterhalten, beraten oder informiert werden, sie wollen mitmachen! Ihrem Drang nach Selbstdarstellung sollte also unbedingt Rechnung getragen werden, zum einen, weil sie andere Aspekte einer Sache beleuchten können, Dinge ansprechen, an die vielleicht noch keiner gedacht hat, zum anderen, um ihnen auf diese Art und Weise ein Gefühl von Wertschätzung und Respekt entgegenzubringen und sie damit für die Sache zu gewinnen.

Der Zeitaspekt ist für beide Milieus kritisch – sie werden sich beide nicht auf lange Sicht festlegen. Sie brauchen mit Blick auf Partizipation und Engagement einen klaren Anfang und ein klares Ende mit konkreten Ergebnissen. Dinge und Problemstellungen bis in jedes Detail zu diskutieren, liegt ihnen nicht – sie wollen eine Lösung finden, und diese Lösung muss realistisch sein. Ist das nicht der Fall, werden sie sich schnell anderen Dingen zuwenden, bei denen die Zielstellung und das Erfolgserlebnis greifbarer sind.

Bürgerlicher Mainstream und Partizipation

Abbildung 174: Mainstream-Milieus – Bürgerdialog: Status quo



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Die Milieus dieses Segments, das verdeutlicht ein Blick auf den Status quo in Sachen Bürgerbeteiligung, fallen zum Teil sehr stark auseinander: Die Bürgerliche Mitte ist im Bürgerdialog deutlich überrepräsentiert,¹⁶⁰ während die Adaptiv-Pragmatischen deutlich dahinter zurückfallen. Die Sozialökologischen bewegen sich wiederum im „Mittelfeld“ und sind derzeit im Bürgerdialog durchschnittlich vertreten. Die unterschiedlichen Beteiligungsniveaus haben dabei verschiedene Auslöser, beispielsweise wird die Bedeutung und Relevanz von Wohnumfeld hier eine Rolle spielen, aber auch das Alter und

¹⁶⁰ Die Daten beziehen sich ausschließlich auf Bürgerversammlungen, Bürgergespräche und moderierte Planungsverfahren.

die damit unterschiedlichen Lebenslagen und Lebensphasen werden hier ihren Einfluss nehmen. Was genau die Unterschiedlichkeit der Milieus des Mainstreams ausmacht, soll hier verdeutlicht werden.

Partizipation und Beteiligung

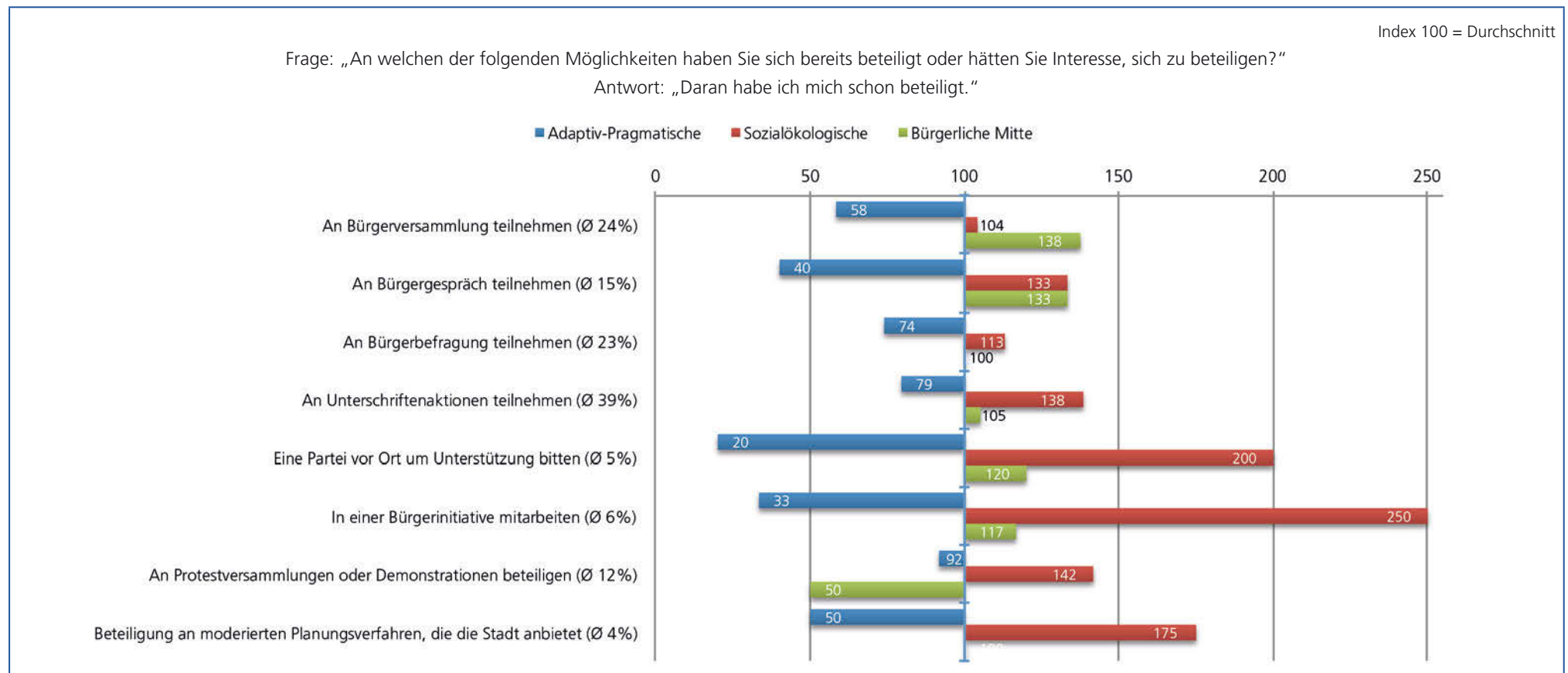
Ein Blick auf die Beteiligungsmöglichkeiten, die von den Milieus des Bürgerlichen Mainstreams bereits wahrgenommen wurden, bestätigt weiter: Die Adaptiv-Pragmatischen sind in allen Bereichen zum Teil sehr stark unterrepräsentiert. Sie beteiligen sich also deutlich weniger oft als andere Milieus und fallen auch hinter den Milieus des Mainstreams zum Teil stark zurück. So haben beispielsweise schon 25 Prozent der Sozialökologischen und 33 Prozent der Bürgerlichen Mitte an einer Bürgerversammlung teilgenommen. Bei den Adaptiv-Pragmatischen sind es dagegen nur 14 Prozent, und das Bild lässt sich auf die anderen aufgeführten Beteiligungsmöglichkeiten übertragen.

Die Sozialökologischen scheinen unter den Milieus diejenigen zu sein, die die verschiedenen aufgeführten Beteiligungsmöglichkeiten am häufigsten schon einmal wahrgenommen haben; und mit Blick auf Bürgergespräche, die Unterstützung einer Partei vor Ort, die Mitarbeit in einer Bürgerinitiative, die Beteiligung an moderierten Planungsverfahren der Stadt sowie die Teilnahme an Protestveranstaltungen sind sie im Vergleich zum Durchschnitt deutlich überrepräsentiert.

Ein ähnliches Bild bietet sich für die Bürgerliche Mitte: Bürgerversammlungen, Bürgergespräche, die Unterstützung einer Partei vor Ort sind offensichtlich keine unbekannten Beteiligungsmöglichkeiten. In den anderen Bereichen liegen sie meist im oder nicht weit entfernt vom Durchschnitt, z. B. im Hinblick auf die Teilnahme an Bürgerbefragungen, Unterschriftenaktionen oder auch die Beteiligung an moderierten Planungsverfahren der Stadt. Einzig Protestversammlungen und Demonstrationen scheinen der Bürgerlichen Mitte nicht als Beteiligungsmöglichkeit zu liegen – allein die Sozialökologischen haben bisher überdurchschnittlich oft an dieser Art Beteiligungsmöglichkeit teilgenommen. Auch hier sei an dieser Stelle an das Bild der Protestierenden bei Stuttgart 21 und die Studie des WZB erinnert, denn auch die Vertreter des Sozialökologischen Milieus entsprechen diesem Bild des kommunal engagierten Bürgers mittleren Alter, höheren Bildungsstands mit eher linksliberaler Einstellung und in sozioökonomisch sicherer Position¹⁶¹ (siehe auch den Abschnitt „Partizipation und Leitmilieus“ bzw. die Einleitung zum Modul „Partizipation und Engagement“).

¹⁶¹ Vgl. Stürmer (2011), a. a. O.

Abbildung 175: Mainstream-Milieus – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten

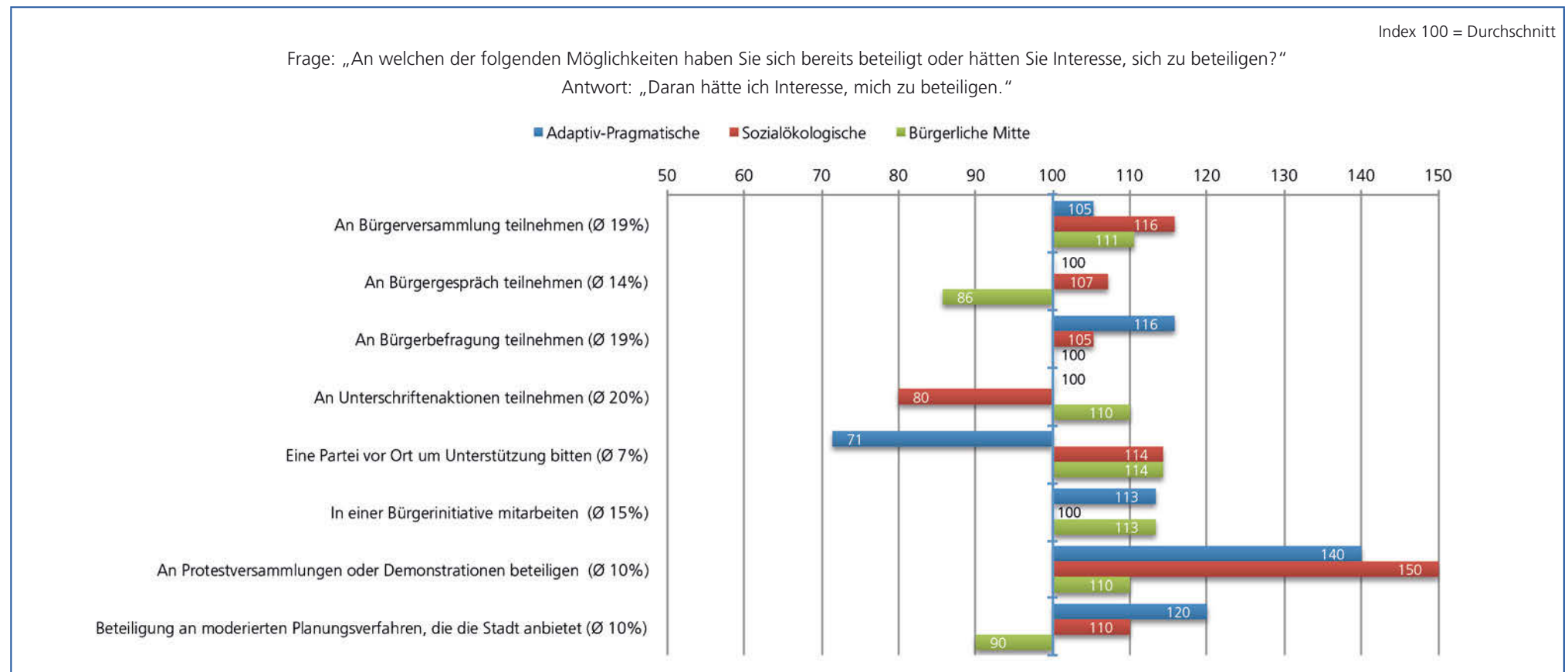


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Bei der Betrachtung des Interesses an bestimmten Beteiligungsmöglichkeiten ergibt sich gerade für die Adaptiv-Pragmatischen ein Bild, das Potenziale in einigen Bereichen verspricht: Das Interesse der Adaptiv-Pragmatischen ist im Vergleich zum Durchschnitt besonders hoch bei Protestversammlungen und Demonstrationen, aber auch die Beteiligung an moderierten Planungsverfahren der Stadt scheint für dieses Milieu interessant zu sein. Um die Unterstützung einer Partei vor Ort zu bitten, scheint hingegen nur wenig Interesse bei den Adaptiv-Pragmatischen zu wecken. Die Daten lassen darauf schlie-

ßen, dass die Vertreter des Adaptiv-pragmatischen Milieus tendenziell jene Arten der Beteiligung bevorzugen, die sich durch einen eher passiven und weniger persönlichen Charakter auszeichnen: Protestversammlungen und Demonstrationen sind auf einen kurzen Zeitraum begrenzt, in der Vorbereitung wenig aufwendig (zumindest nicht als Teilnehmer) und aufgrund der vielen Teilnehmer besteht auch nur wenig persönlicher Kontakt. Das Gegenteil trifft zu, wenn eine Partei um Unterstützung gebeten wird: Der Kontakt mit den Mitgliedern der Partei wird nur durch aktive Teilhabe zustande kom-

Abbildung 176: Mainstream-Milieus – Interesse, sich zu beteiligen



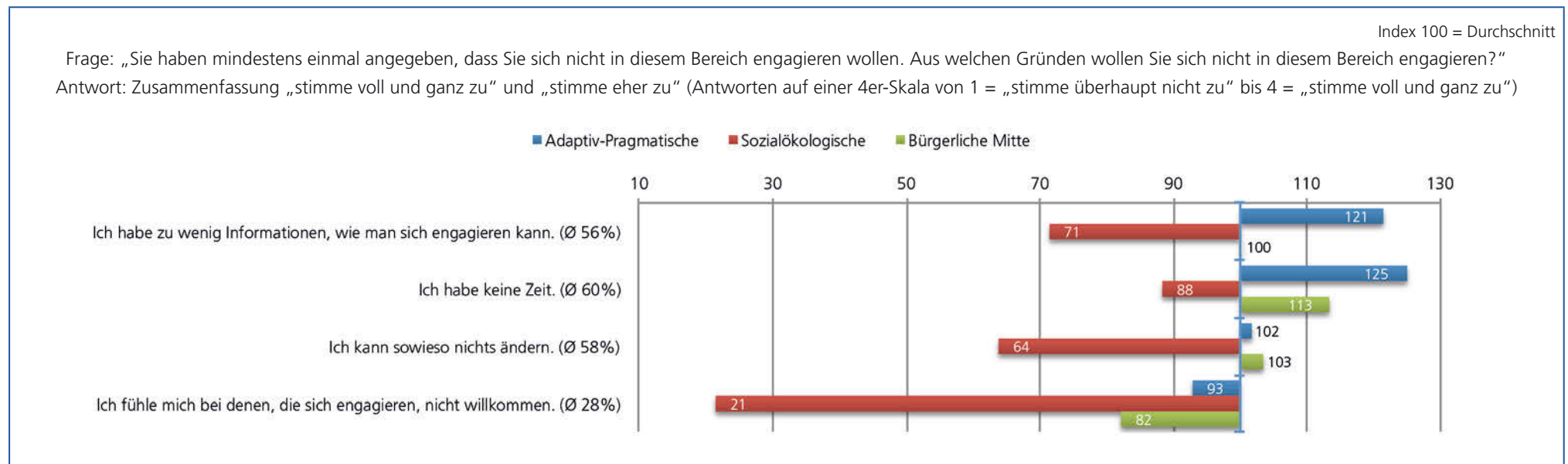
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

men; das Anliegen, um welches es geht, muss wahrscheinlich argumentativ vorbereitet werden; die Kommunikation mit den Vertretern der Partei findet auf einem sehr persönlichen Level statt und grundsätzlich ist diese Art von Beteiligung durch einen eher hohen (zeitlichen und persönlichen) Aufwand gekennzeichnet.

Die Sozialökologischen äußern ebenfalls überdurchschnittliches Interesse an Protestversammlungen und Demonstrationen. Jedoch lässt sich diese Art der Beteiligung hier

eher als eine Art Ergänzung zu jenen ansehen, an denen sie sowieso schon teilnehmen. Es besteht außerdem die Chance, dass die Sozialökologischen auch jene sind, die diese Art der Beteiligung mit organisieren, denn grundsätzlich lässt sich in der Art ihres Interesses an Beteiligungsmöglichkeiten und an jenen, die sie schon einmal wahrgenommen haben, keine spezifische Vorliebe für eher passive oder aktive Arten der Beteiligung festmachen. So ist beispielsweise die Teilnahme an einer Unterschriftenaktion im Vergleich zu einem Bürgerforum eine eher passive und anonyme Beteiligungsform,

Abbildung 177: Mainstream-Milieus – Gründe, sich nicht zu engagieren



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

die keinen großen Aufwand erforderlich macht und weder an einen bestimmten Ort noch eine bestimmte Zeit gebunden ist – auch hier haben sie sich bereits überdurchschnittlich oft beteiligt.

Die Bürgerliche Mitte äußert ebenfalls an Protestversammlungen und Demonstrationen überdurchschnittliches Interesse, äußert andererseits leicht unterdurchschnittliches Interesse an Bürgergesprächen und moderierten Planungsverfahren der Stadt. In diesem Milieu lässt sich eine Tendenz zu jenen Beteiligungsformen erkennen, die einen eher anonymen Charakter aufweisen und eine geringere persönliche Beteiligung erfordern. Das entspricht allerdings auch ihrer Art, sich nicht unnötig in den Vordergrund spielen zu wollen – es entspricht einfach nicht ihrer Natur, sich in solchen Dingen in den Mittelpunkt zu stellen. Sie machen mit und würden sich wohl auch an Formaten beteiligen, die ihnen einen stärkeren persönlichen Einsatz abfordern, werden wohl aber weniger treibende Kraft hinter dem Vorhaben sein als andere Milieus, wie beispielsweise die Vertreter der Gesellschaftlichen Leitmilieus.

Dabei spielen die hier angegebenen Gründe, die gegen Engagement sprechen, gerade für die Sozialökologischen im Vergleich zur Gesamtbetrachtung eine untergeordnete Rolle: Weder fehlende Informationen noch fehlende Zeit sind Gründe für Sozialökologische, sich nicht zu beteiligen. Engagement und Beteiligung, so scheint es, verstehen die Vertreter dieses Milieus mehr als Pflicht denn als Recht oder Chance. Auch die unterdurchschnittliche Zustimmung bei den Aussagen „Ich kann sowieso nichts ändern.“ und „Ich fühle mich bei denen, die sich engagieren, nicht willkommen.“ lässt darauf schließen, dass Beteiligung ihnen eher als eine Art Selbstverständlichkeit gilt. Allerdings gilt bei den Sozialökologischen darauf zu achten, dass das Gemeinwohl, für das sie sich hier einsetzen, sich durchaus auch auf ihr Wohl, also ihre eigenen Interessen bezieht. Hinzu kommt ihre betont engagierte Haltung mit Blick auf das Gemeinwohl. Die Herausforderung besteht aufgrund dessen auch darin, ihren Einsatz für das Gemeinwohl auf die eigenen Interessen zu analysieren und zu berücksichtigen sowie zu verhindern, dass sie in den Dingen, die sie als gut und nützlich empfinden, andere bevormunden, mitunter frei nach dem Motto, dass diese eigentlich gar nicht wissen, was gut und

richtig (für sie) ist. Gerade die Prekären Milieus, aber auch die jungen und Kritisch-Kreativen (einschließlich der Adaptiv-Pragmatischen) werden sich gegängelt, nicht für voll genommen und schließlich unwohl fühlen. Die Datenlage legt das für eben diese Milieus nahe, denn gerade die Prekären Milieus und die Kritisch-Kreativen sind jene, die der Aussage, dass sie sich bei jenen, die sich engagieren, nicht wohlfühlen, weit überdurchschnittlich oft zustimmen.

Auch die anderen beiden Milieus des Mainstreams stechen bei der Aussage, dass sie sich bei jenen, die sich engagieren, nicht wohlfühlen, nicht stark hervor: Die Zustimmung findet hier auf einem durchschnittlichen bis leicht unterdurchschnittlichen Level statt. Davon ausgehend lässt sich auch hier, wie schon bei den Leitmilieus, der Schluss nahelegen, dass ihnen das kommunikative Klima von Bürgerbeteiligung nicht fremd ist und recht nahe liegt. Die Atmosphäre der öffentlich-rechtlichen politischen Talkshow soll hier als Vergleich dienen, denn diese Art Talkshows sind besonders im Mainstream beliebt, die Kommunikation liegt ihnen oft nahe, entspricht ihrem kommunikativen Duktus und ihren Präferenzen.

Allein die Adaptiv-Pragmatischen weichen hier ab: Überdurchschnittlich viele Angehörige dieses Milieus geben an, dass ihnen einerseits die Zeit und andererseits die nötigen Informationen für Engagement fehlen. Das legt den Schluss nahe, dass mit den richtigen Informationen und einer zielgruppengerechten bzw. -spezifischen Kommunikation die Potenziale dieses Milieus besser ausgeschöpft werden können. Dazu gehört in diesem Zusammenhang auch, die direkte Betroffenheit der Adaptiv-Pragmatischen zum Ausdruck zu bringen und direkt zu kommunizieren, was das Ganze mit ihnen zu tun hat, wo und in welcher Art und Weise es sie betrifft. Die überdurchschnittliche Zustimmung zu der Aussage „Ich würde mich gerne mehr in und für die Gegend engagieren, in der ich wohne. Ich weiß nur nicht, wie und wo ich das tun kann.“ verfestigt diese Annahme. Im Vergleich stimmen die Adaptiv-Pragmatischen allerdings der Aussage, genügend Einfluss auf die Entwicklung ihres Stadtteils zu haben, stark unterdurchschnittlich zu. Dahinter mag sich der Wunsch verbergen, mehr Einfluss zu nehmen; und damit ließen sich hier noch einige Potenziale mit Blick auf Beteiligung und Engagement nutzen.

Die Sozialökologischen hingegen sind im Vergleich zum Durchschnitt und zu den Milieus des Mainstreams eher davon überzeugt, dass sie genügend Einfluss auf die Entwicklung ihres Stadtteils haben – ihre Zustimmung zu dieser Aussage fällt überdurchschnittlich aus. Sie haben bereits einige Beteiligungsformen wahrgenommen, und das

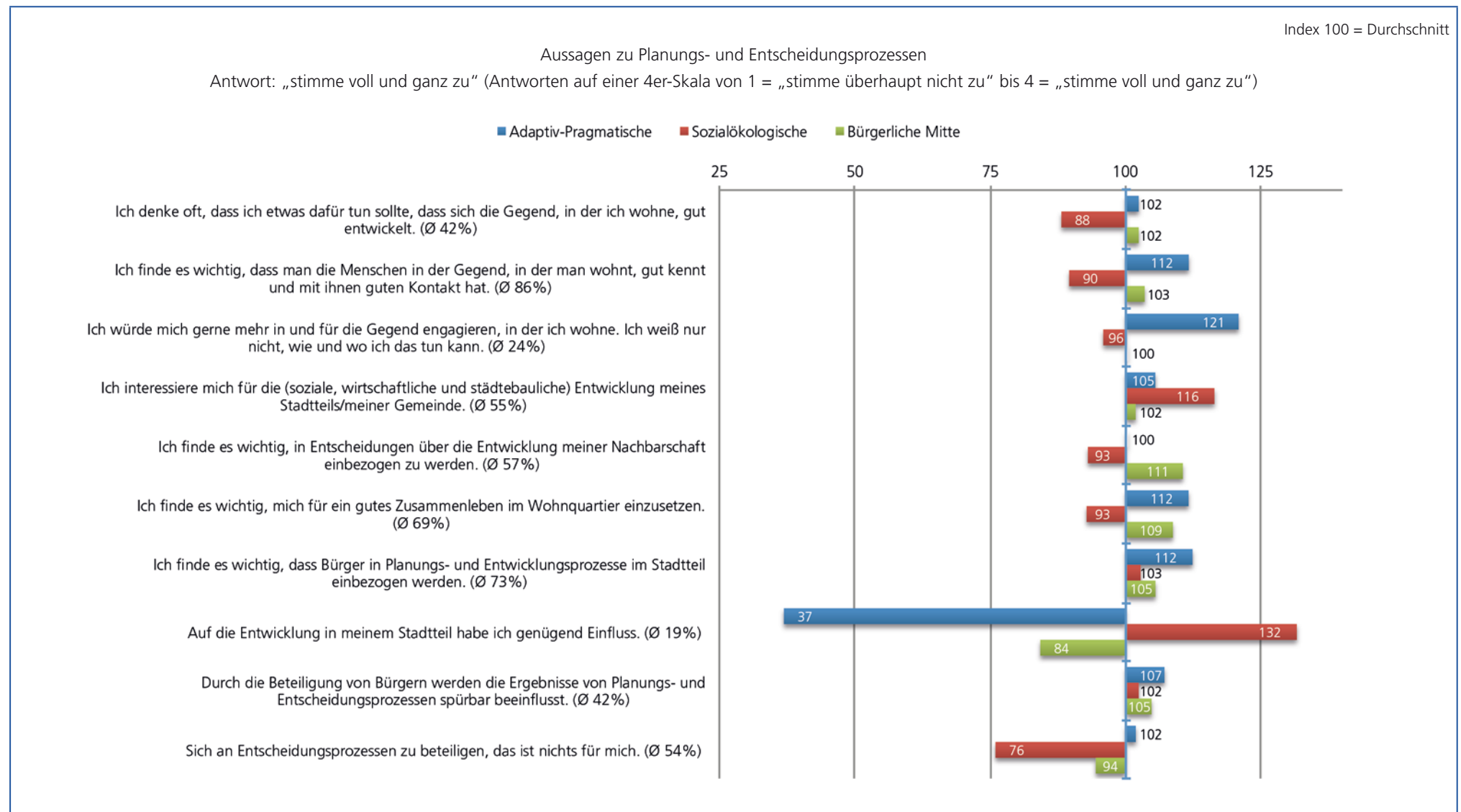
spiegelt sich in einigen der Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen wider, so auch in der weit unterdurchschnittlichen Zustimmung zur Aussage „Sich an Entscheidungsprozessen zu beteiligen, das ist nichts für mich.“.

Grundsätzlich bewegt sich die Zustimmung zu diesen Aussagen größtenteils auf durchschnittlichem Niveau und weicht nur in einigen Fällen ab. Die Bürgerliche Mitte beispielsweise weicht in den meisten Fällen nur leicht ab – das Zustimmungsniveau bewegt sich also meistens im Rahmen des Durchschnitts.

Generell ist Beteiligung und Engagement diesen Milieus ein Begriff, den Sozialökologischen scheint es gar eine bürgerliche Pflicht zu sein, um Dinge und Themen, die ihre Stadt betreffen und ihnen wichtig sind, mit zu beeinflussen und zu lenken. Die Quartiersbindung der Sozialökologischen, aber auch der Bürgerlichen Mitte und der Adaptiv-Pragmatischen (vor allem, so denn sie „angekommen“ sind) ist im Vergleich zu anderen (Kritisch-kreativen) Milieus recht hoch, das Lebensumfeld ist wichtig und trägt mit zum „Wohlfühlfaktor“ bei. Und damit dieses Wohlfühlgefühl zum Tragen kommt, sollte man sich für und in seinem Stadtteil oder Quartier entsprechend einsetzen. Gerade wenn Geschehnisse und Veränderungen diese Milieus selbst ansprechen und betreffen, kann die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich beteiligen, gesteigert werden. Sowohl die Bürgerliche Mitte als auch die Sozialökologischen sind in vielen Bereichen schon aktiv, aber gerade die Adaptiv-Pragmatischen sind derzeit in vielen Bereichen noch deutlich unterrepräsentiert. Letzteren kann ein gewisser Pragmatismus unterstellt werden: Je stärker sie und ihre Familie von etwas betroffen sind, desto eher werden sie sich wohl beteiligen. Das heißt im Umkehrschluss auch: Ist das Thema zu abstrakt und fern ihrer Realität bzw. Lebenswelt, dann werden sie kaum einen Grund sehen, sich zu beteiligen, Informationen dazu als irrelevant abtun und sich nicht beteiligen. Grundsätzlich besteht aber in allen Milieus die Bereitschaft, sich zu engagieren.

Engagement und Engagementbereitschaft

Gerade bei den Adaptiv-Pragmatischen ist die Bereitschaft, sich zu engagieren, im Vergleich zum Durchschnitt und zu den anderen beiden Milieus des Mainstreams in einigen Bereichen besonders stark ausgeprägt: Ausgesprochenes Interesse scheint an Engagement in der Kinder- und Jugendarbeit zu bestehen, aber auch bei der Integration von Migranten, der umweltgerechten Quartiersgestaltung, dem sozialen Zusammenhalt in der Nachbarschaft sowie bei Bildung und Weiterbildung. In der Engagementbereitschaft der Adaptiv-Pragmatischen kommen auch deren alltägliche Belange zum Ausdruck: Bildung spielt für sie in dem Sinne eine große Rolle, als dass sie für das beruf-

Abbildung 178: Mainstream-Milieus – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen


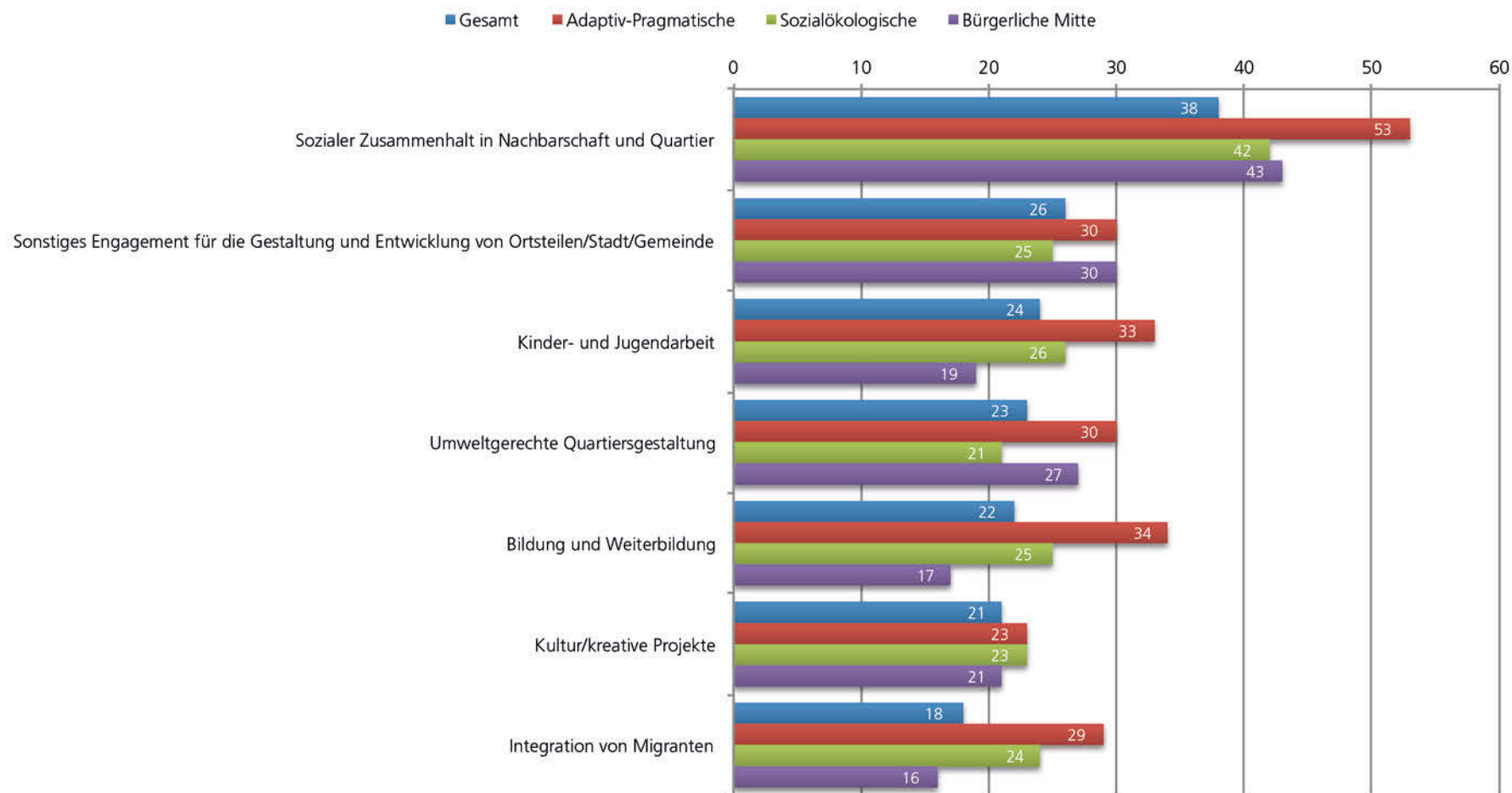
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 179: Mainstream-Milieus – Engagementbereitschaft im Vergleich

Angaben in Prozent

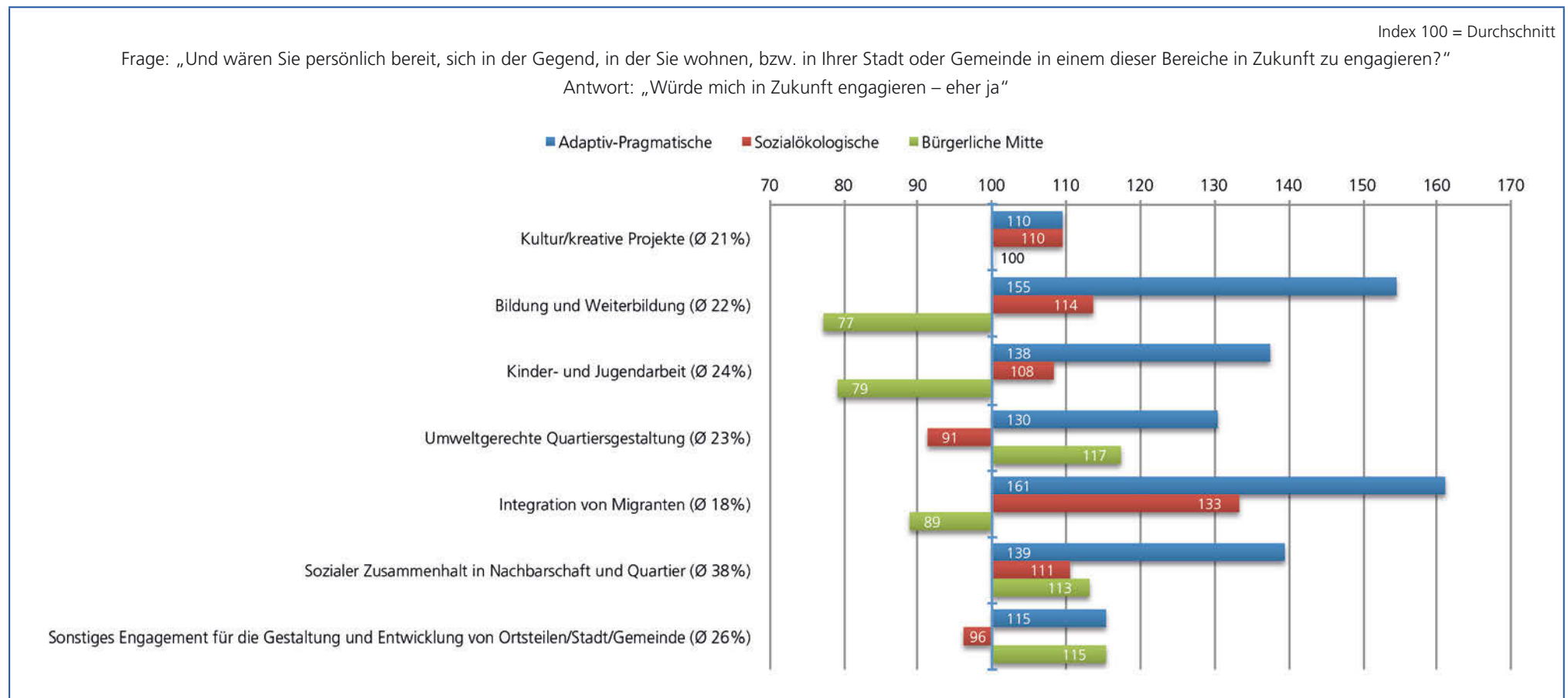
Frage: „Und wären Sie persönlich bereit, sich in der Gegend, in der Sie wohnen, bzw. in Ihrer Stadt oder Gemeinde in einem dieser Bereiche in Zukunft zu engagieren?“

Antwort: „Würde mich in Zukunft engagieren – eher ja“



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 180: Mainstream-Milieus – Engagementbereitschaft

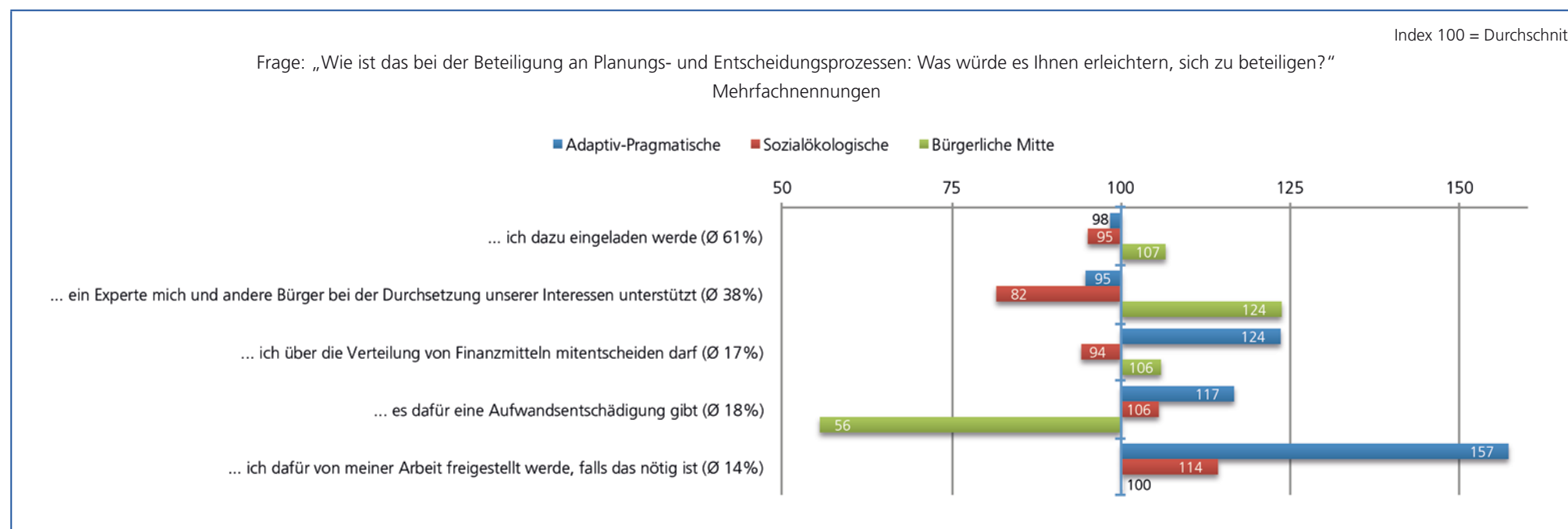


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

liche Fortkommen und letztendlich die (finanzielle) Sicherheit außerordentlich wichtig ist. Ebenso sind die eigenen Kinder und Familie für sie im Leben von großer Bedeutung und Dreh- und Angelpunkt des Alltags. Da liegt es natürlich nahe, sich für eben solche Projekte einzusetzen und zu engagieren.

Bei den Sozialökologischen fällt die Engagementbereitschaft schon etwas gewählter aus und einzig das Engagement für die Integration von Migranten spielt hier eine deut-

lich überdurchschnittliche Rolle. Überraschend ist auf den ersten Blick, dass die Bereitschaft, sich in Zukunft für die umweltgerechte Quartiersgestaltung einzusetzen, leicht unterdurchschnittlich ausfällt. Die Ursache dafür kann darin gesehen werden, dass sie sich für einige der aufgeführten Bereiche bereits engagieren. So geben beispielsweise überdurchschnittlich viele Vertreter der Sozialökologischen an, sich bereits früher einmal oder gegenwärtig im Bereich Bildung und Weiterbildung, für Kinder- und Jugend-

Abbildung 181: Mainstream-Milieus – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...

Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

arbeit, die umweltgerechte Quartiersgestaltung oder die Integration von Migranten engagiert zu haben. Die anderen beiden Milieus sind hier zum Teil deutlich weniger aktiv (gewesen), und dementsprechend lässt sich hier deutlich mehr Engagementpotenzial ausmachen, was sich in der Bereitschaft, sich zu engagieren, vor allem für die Adaptiv-Pragmatischen niederschlägt.

Die Bürgerliche Mitte ist in ihrer Engagementbereitschaft jedoch eher indifferent: Allein die umweltgerechte Quartiersgestaltung scheint von leicht überdurchschnittlichem Interesse zu sein. Die Bereiche Bildung und Weiterbildung wie auch Kinder- und Jugendarbeit scheinen im Vergleich zu den anderen Milieus und verglichen mit dem Durchschnitt eher uninteressant. Allein der Einsatz für den sozialen Zusammenhalt in Nachbarschaft und Quartier scheint für die Bürgerliche Mitte interessant; überdurchschnittlich oft haben sie sich schon einmal in diesem Bereich engagiert oder engagie-

ren sich gerade. In Anbetracht des ausgeprägten Bedürfnisses nach Harmonie in der direkten Umgebung und einem guten Auskommen mit den Nachbarn ist dieser Befund wenig überraschend.

Fazit: Der Bürgerliche Mainstream – „Die Mitmacher“

Zusammenfassend lässt sich bei der Betrachtung und Analyse von Partizipation, Teilhabe und Engagement der Milieus des Mainstreams konstatieren, dass die Ausgangslagen für Engagement und Partizipation bei den Milieus recht unterschiedlich liegen: Die Sozialökologischen sind bereits in vielen Bereichen, wie z. B. der Kinder- und Jugendarbeit, engagiert und auch mit Blick auf die Beteiligung an Bürgerversammlungen, Bürgergesprächen und moderierten Planungsveranstaltungen der Stadt sind sie gemeinsam mit der Bürgerlichen Mitte überrepräsentiert.

Besonders bei den Sozialökologischen gilt, wie auch bei den Leitmilieus, darauf zu achten, dass sich hinter dem Einsatz für das Gemeinwohl oft ganz eigene Interessen verbergen, die nicht unbedingt mit anderen geteilt werden. Charakteristisch für dieses Milieu ist ihr ausgeprägtes Verantwortungsgefühl, auch für andere, die sich gar nicht in ihrer Verantwortung sehen wollen. Dabei treibt sie der Gedanke, gemeinsam etwas zu erreichen, an und sie sind in erster Linie intrinsisch (aus eigenem Antrieb, von sich aus) motiviert. Dabei gibt es kaum Anreize, die ihnen die Teilnahme an Beteiligungsformen erleichtern können. Im Vergleich zum Durchschnitt und zu den anderen Milieus spielt die Unterstützung durch einen Experten eine eher untergeordnete Rolle (hier mag es am nötigen Vertrauen in sogenannte Experten fehlen). In diesem Sinne lassen sich die Sozialökologischen nicht unter den Begriff der „Mitmacher“ fassen, sie sind aber auch nicht so „geradeheraus“ und zielorientiert wie die Leitmilieus. Werden sie in ihrer Motivation, sich zu engagieren, nicht eingefangen, laufen sie wahrscheinlich Gefahr, sich in ihrer Moral und ihrem „Gutmenschentum“ zu verlaufen.

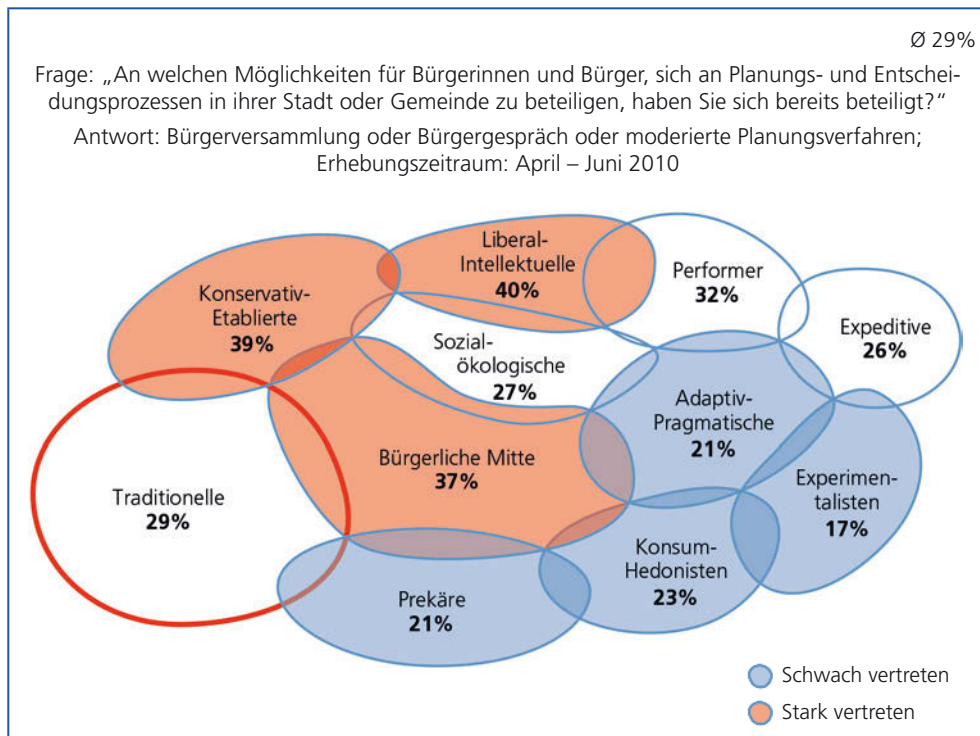
Das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen fällt in Sachen Beteiligung und Engagement in vielen Fällen weit hinter den anderen beiden Milieus des Mainstreams zurück. Das Potenzial ist groß, doch die Daten verdeutlichen auch, dass dem Milieu die Teilnahme durch die Möglichkeit der Mitbestimmung über die Verteilung von Finanzmitteln erleichtert werden kann. Ebenso würde eine Freistellung von der Arbeit eine Teilnahme erleichtern. Die Zahlung einer Aufwandsentschädigung spielt hier eine leicht überdurchschnittliche Rolle, ist aber in Anbetracht der Tatsache, dass ein verhältnismäßig großer Teil des Milieus noch nicht über ein eigenes Einkommen verfügt, verglichen mit den anderen jungen Milieus (Expeditiven und Experimentalisten) überraschend schwach ausgeprägt. Die eigene Betroffenheit von einer Sache scheint hier wichtiger, denn ein gutes und sicheres Wohnumfeld für sich und die Familie haben eine größere Bedeutung.

Mit Blick auf die Zahlung einer Aufwandsentschädigung fällt die Bürgerliche Mitte weit hinter anderen Milieus zurück. Beteiligung versteht sich für dieses Milieu von selbst, Partizipation und Engagement wird wohl eher als bürgerliche Pflicht aufgefasst denn als Chance, etwas zu verändern und zu bewegen. In diesem Zusammenhang sollte auch bedacht werden, dass die Vertreter dieses Milieus oft versuchen, Anforderungen bzw. Ansprüche, von denen sie meinen, dass sie an sie gestellt werden, zu erfüllen. Das kann häufig dazu führen, dass sie sozial erwünscht handeln und kommunizieren. Die Herausforderung besteht darin, hinter diese soziale Erwünschtheit zu schauen, zu explorieren, was sie wirklich meinen, sie in gewisser Weise aus der Reserve zu locken

und herauszufinden, was sie tatsächlich denken und wollen. Sie packen die Dinge nicht unbedingt so an wie die Vertreter der Leitmilieus, aber sie wollen auf keinen Fall übergangen werden. Jedoch werden sie nicht die sein, die eine Sache aktiv vorantreiben und nach Lösungen suchen – hier delegieren sie lieber an diejenigen, die sie als die Entscheider betrachten (die Leitmilieus), die es ihrer Meinung nach besser können. Grundsätzlich werden sie aber, wie die Adaptiv-Pragmatischen, Präsenz zeigen, wenn ihre Interessen direkt betroffen sind und auf dem Spiel stehen oder sie stark gegen eine Sache sind.

Traditionelles Milieu und Partizipation

Abbildung 182: Traditionelle – Bürgerdialog: Status quo



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Die Traditionellen fallen in Sachen Bürgerdialog nicht aus dem Rahmen: Mit 29 Prozent Beteiligung an Bürgerversammlungen, Bürgergesprächen oder moderierten Planungsverfahren angeboten durch die Stadt liegen sie genau im Durchschnitt. In anderen Bereichen jedoch zeigt sich, dass die Traditionellen scheinbar nur noch wenig an den Entscheidungen von Stadt, Quartier oder Nachbarschaft teilhaben.

Partizipation und Beteiligung

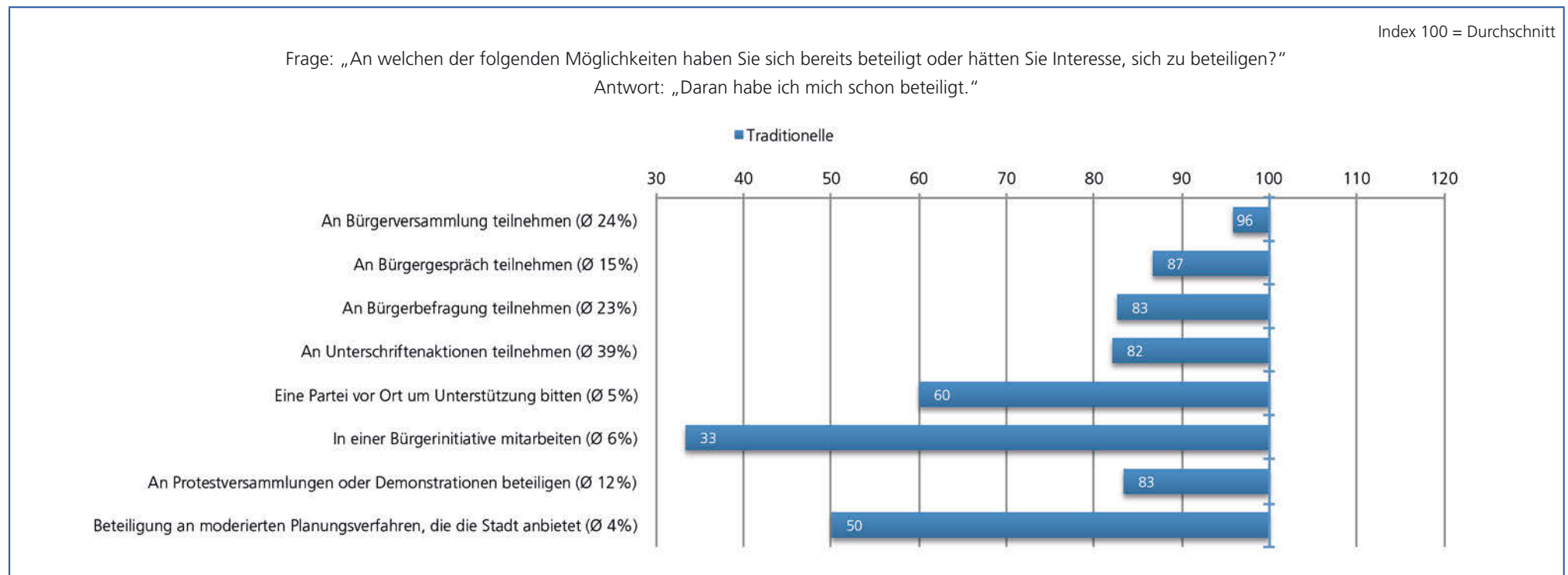
Die Traditionellen liegen in vielen Bereichen der Beteiligungsmöglichkeiten unter, zum Teil auch weit unter dem Durchschnitt: So scheinen beispielsweise Bürgerinitiativen

und auch das Bitten um Unterstützung durch eine Partei vor Ort für die Traditionellen wenig interessant zu sein. Auffällig ist, dass besonders jene Beteiligungsmöglichkeiten, die einen höheren und stärkeren persönlichen Einsatz fordern, bei diesem Milieu kaum Relevanz zu haben scheinen. Die Gründe dafür liegen auf der Hand, denn die Traditionellen sind (auch aufgrund ihres Alters) nicht mehr so beweglich und mobil wie andere Milieus – das Leben der Traditionellen spielt sich in erster Linie innerhalb der eigenen vier Wände ab, ihre Bezugswelt mag den größeren Kontext gar nicht mehr umfassen. Ein großer Teil dieses Milieus mag deshalb nicht mehr an der Gestaltung ihres Quartiers interessiert sein. Dafür sehen sie die Zuständigkeit inzwischen bei anderen, sie selber haben damit eigentlich nichts mehr zu tun. Dieses Bild erhärtet sich bei einem Blick auf das Interesse, sich zu beteiligen, denn auch dieses ist zum größten Teil unterdurchschnittlich stark ausgeprägt. Einzig die Teilnahme an Bürgergesprächen weckt zumindest ein durchschnittliches Interesse. Alle anderen Beteiligungsformen scheinen die Traditionellen nicht (mehr) anzusprechen.

Auch die Art und Weise, der (kommunikative) Charakter von solchen Veranstaltungen mag hier Einfluss auf das fehlende Interesse haben. Die Zustimmung zur Aussage, dass man sich bei jenen, die sich engagieren, nicht willkommen fühlt, fällt zwar durchschnittlich aus, ist also gegenüber dem Zustimmungsniveau anderer Milieus nicht auffällig, allerdings liegt der Schluss nahe, dass sie als Vergleich eventuell einen anderen Ausgangspunkt haben als beispielsweise die Prekären. Die Traditionellen können durchaus zu denen gehören, die sich noch auf die ganz „klassische“ Art und Weise in ihrem Sportverein engagiert haben und sich da durchaus wohl und unter Gleichgesinnten willkommen gefühlt haben. Mit den Beteiligungsmöglichkeiten und entsprechenden Veranstaltungen hat das heute wahrscheinlich nicht mehr viel zu tun. Hinzu kommt, dass die Traditionellen sich mit Neuerungen und Veränderungen allgemein schwertun, in ihren Anschauungen und ihren Prinzipien stark von den jüngeren Milieus abweichen, viele heute geltenden Wertvorstellungen nicht nachvollziehen können und schnell überfordert sind.¹⁶²

¹⁶² Hier sei die Dokumentation „Jung trifft alt“ der ARD empfohlen, ein Experiment, bei dem junge Menschen Zeit mit älteren Menschen verbringen und andersherum (im Altersheim, im Urlaub und bei den jungen Leuten zu Hause), um gegenseitig mit Vorurteilen aufzuräumen – die Konflikte, die hier entstehen, verdeutlichen die oft großen Unterschiede zwischen den beiden Lebenswelten sehr gut. Informationen zur Sendung: [06.08.2012]
[https://www.caretrialog.de/index.php?cHash=7a34edf59b56fe3a4828f3c41508d219&id=124&tx_ttnews\[category_id\]=49-2-13-12&tx_ttnews\[tt_news\]=560](https://www.caretrialog.de/index.php?cHash=7a34edf59b56fe3a4828f3c41508d219&id=124&tx_ttnews[category_id]=49-2-13-12&tx_ttnews[tt_news]=560) [06.08.2012] oder auf Facebook: <http://www.facebook.com/Jung.trifft.Alt> [06.08.2012]

Abbildung 183: Traditionelle – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

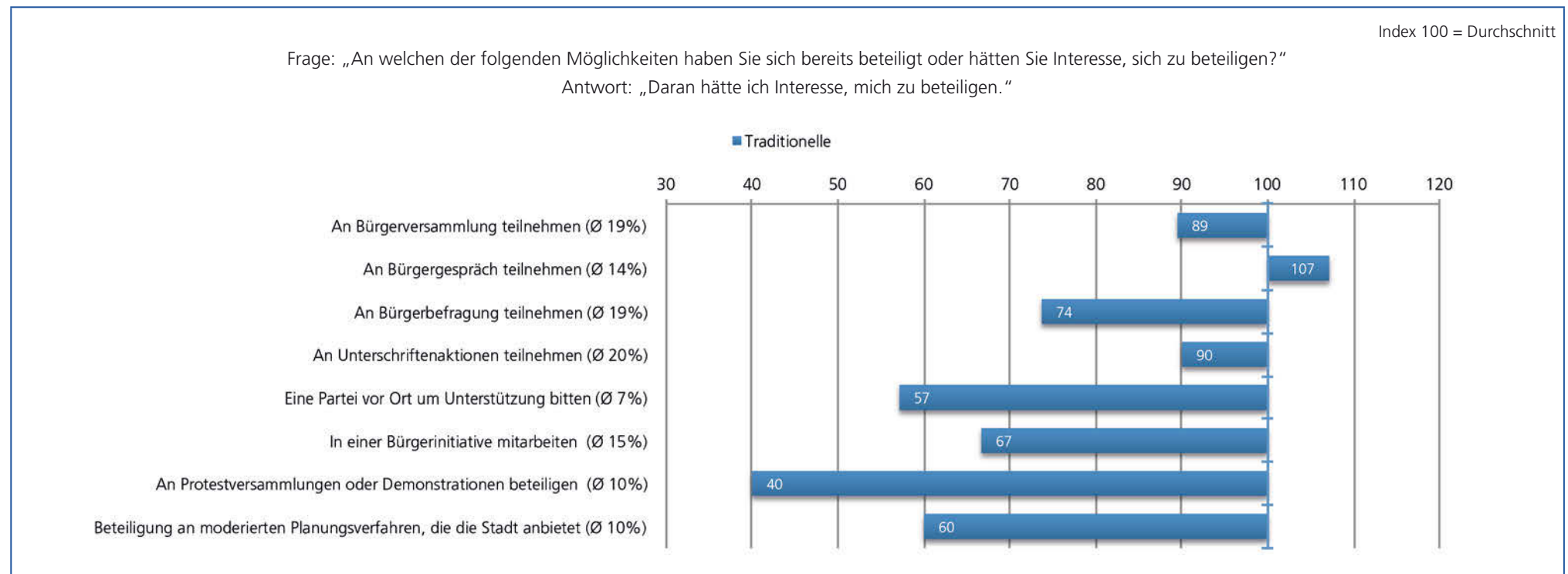
Zusätzlich scheint sich in diesem Milieu langsam das Gefühl zu verstärken, dass sie selber am Lauf der Dinge nichts mehr ändern können – die Verantwortung und „Entscheidungsgewalt“ liegt nun bei anderen, sie selber haben mit vielen Dingen nichts mehr zu tun, können den Lauf der Dinge sowieso nicht mehr beeinflussen und mitbestimmen.

Fehlende Zeit ist für sie kein ausschlaggebender Grund, sich nicht zu engagieren oder zu beteiligen. Ein Großteil der Traditionellen ist bereits pensioniert, sodass Engagement und Beteiligung nicht mit Beruf, Familie und Freizeit koordiniert werden müssen. Jedoch ist dieses Milieu in seiner Mobilität in weiten Teilen stark eingeschränkt. Die soziale Mobilität begrenzt sich auf ihren eigenen Mikrokosmos, die eigenen vier Wände und unmittelbare Nachbarschaft. Dazu zählt auch, dass sie in ihrer Tagesplanung wenig fle-

xibel sind und ein Arztbesuch oder das Erledigen von Einkäufen tagesfüllend sein kann und am Ende scheinbar kein Platz für Engagement und Beteiligung bleibt. Die fehlende räumliche Mobilität kann sich aber auch ganz praktisch in der Frage niederschlagen, wie sie von A nach B kommen sollen – ist diese Frage bzw. das Problem nicht gelöst, gehen die Traditionellen schnell verloren.

Zusätzlich scheint sich in diesem Milieu langsam das Gefühl zu verstärken, dass sie selber am Lauf der Dinge nichts mehr ändern können – die Verantwortung und „Entscheidungsgewalt“ liegt nun bei anderen, sie selber haben mit vielen Dingen nichts mehr zu tun, können den Lauf der Dinge sowieso nicht mehr beeinflussen und mitbestimmen. Das verdeutlicht auch die stark unterdurchschnittliche Zustimmung zu der Aussage „Ich

Abbildung 184: Traditionelle – Interesse, sich zu beteiligen



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

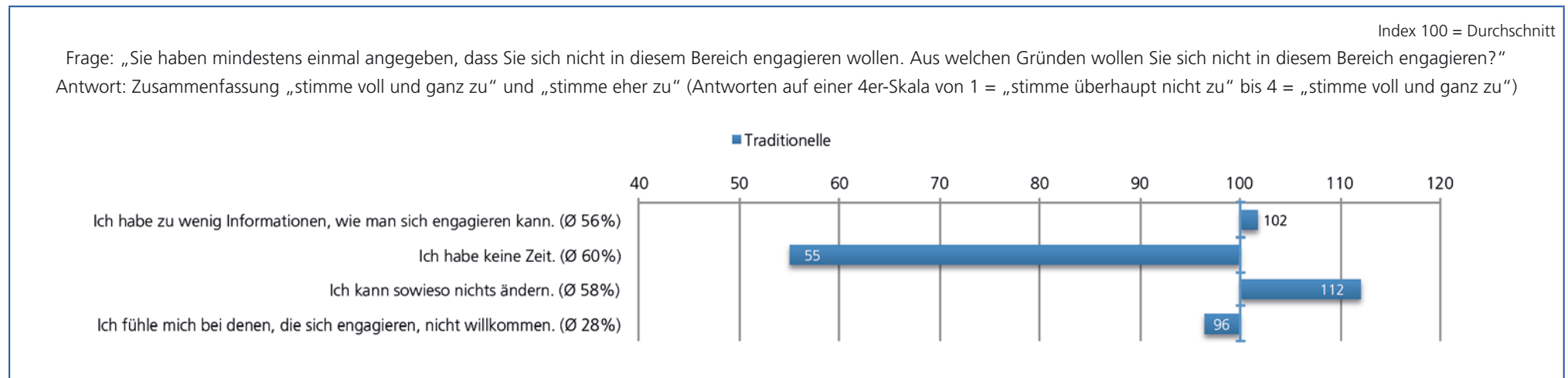
denke oft, dass ich etwas tun sollte, dass sich die Gegend, in der ich wohne, gut entwickelt.“ – dieser Aussage stimmen 22 Prozent der Traditionellen zu, im Durchschnitt stimmen hier 42 Prozent zu, bei den Liberal-Intellektuellen sind es sogar 57 Prozent. Demgegenüber steht die überdurchschnittliche Zustimmung zur Aussage „Sich an Entscheidungsprozessen zu beteiligen, das ich nichts für mich.“ Auch hier erhärtet sich das Bild, dass Traditionelle es nicht mehr als ihre Angelegenheit auffassen, maßgeblich an der Entwicklung ihrer Umgebung und Nachbarschaft mitzuwirken.

Demgegenüber steht aber auch die Annahme, dass sich Traditionellen nicht mehr die Möglichkeit bietet, sich überhaupt zu engagieren und teilzuhaben, denn auch die Zustimmung zu der Aussage, dass sie genügend Einfluss auf die Entwicklung ihres Stadt-

teils haben, fällt mit 15 Prozent unterdurchschnittlich aus (auch hier der Vergleich mit den Liberal-Intellektuellen: Unter ihnen stimmen dieser Aussage 25 Prozent zu).

Auch wenn die Traditionellen sich nicht mehr in der Verantwortung sehen, sich für die Gegend, in der sie wohnen, einzusetzen, so heißt das nicht, dass sie Entscheidungen, die ohne ihr Zutun gefällt werden, auch gutheißen. Neues und Veränderungen sind für sie nicht per se gut, ganz im Gegenteil, denn grundsätzlich machen ihnen Veränderungen Angst. Auch in der Ablehnung von Veränderungen macht sich die bereits eingeschränkte Mobilität und Flexibilität bemerkbar. Sie wollen einerseits mitbestimmen und mitentscheiden, sehen sich aber auf der anderen Seite dazu nicht mehr verpflichtet und befähigt. Dazu ist zu berücksichtigen, dass sie in mancher Hinsicht den Anschluss an

Abbildung 185: Traditionelle – Gründe, sich nicht zu engagieren



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

die heutige Zeit verloren haben, gerade mit Blick auf die moderne und digitale Kommunikation. Das heißt, entscheidende Prozesse und Abläufe bekommen sie immer öfter nicht mehr mit, sie sind für sie nicht mehr sichtbar. In der Konsequenz haben sie dann immer öfter das Gefühl, nicht mehr dazugehören, ausgegrenzt und abgehängt zu sein. Daraus mag dann Verbitterung folgen und der Rückzug in den privaten kleinen Mikrokosmos.

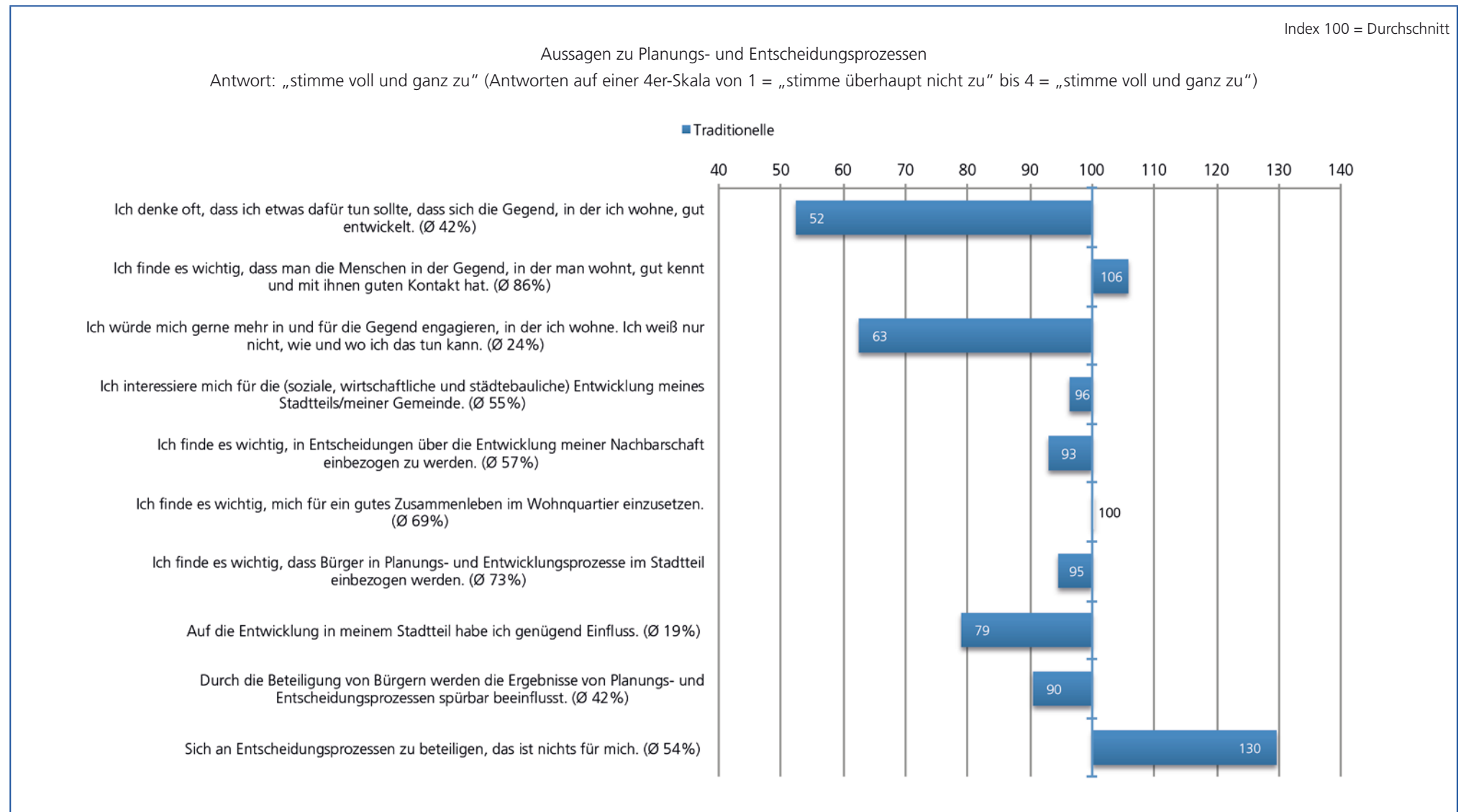
Engagement und Engagementbereitschaft

Auch ein Blick auf die Engagementbereitschaft des Traditionellen Milieus offenbart, dass sie im Vergleich zum Durchschnitt und vor allem zu vielen anderen Milieus in allen Bereichen eine unterdurchschnittliche Engagementbereitschaft aufweisen. Wenn überhaupt, dann käme noch der Einsatz für den sozialen Zusammenhalt in Nachbarschaft und Quartier infrage – hier geben 32 Prozent an, dass sie sich vorstellen können, sich hier zu engagieren; in den anderen Bereichen fallen sie weit ab. Und auch wenn die Bereitschaft, sich für den sozialen Zusammenhalt zu engagieren, hinter dem Durchschnitt zurückfällt, so verdeutlicht sich hier auch der enge Bezug zum Quartier, denn in keinem anderen der aufgeführten Engagementbereiche fällt die Zustimmung so hoch aus wie hier.

Dieses Bild kann ebenfalls in die Richtung gedeutet werden, dass sie selber sich für solche Aktivitäten im Engagementbereich nicht mehr verantwortlich fühlen. Auch hier spielt soziale und räumliche Mobilität eine Rolle. Zusätzlich mag ein Großteil der Traditionellen froh sein, wenn sich jemand für sie engagieren würde. Projekte in diesen Bereichen gibt es immer mehr; der demografische Wandel und die alternde Gesellschaft Deutschlands verlangen immer stärker und dringlicher danach.

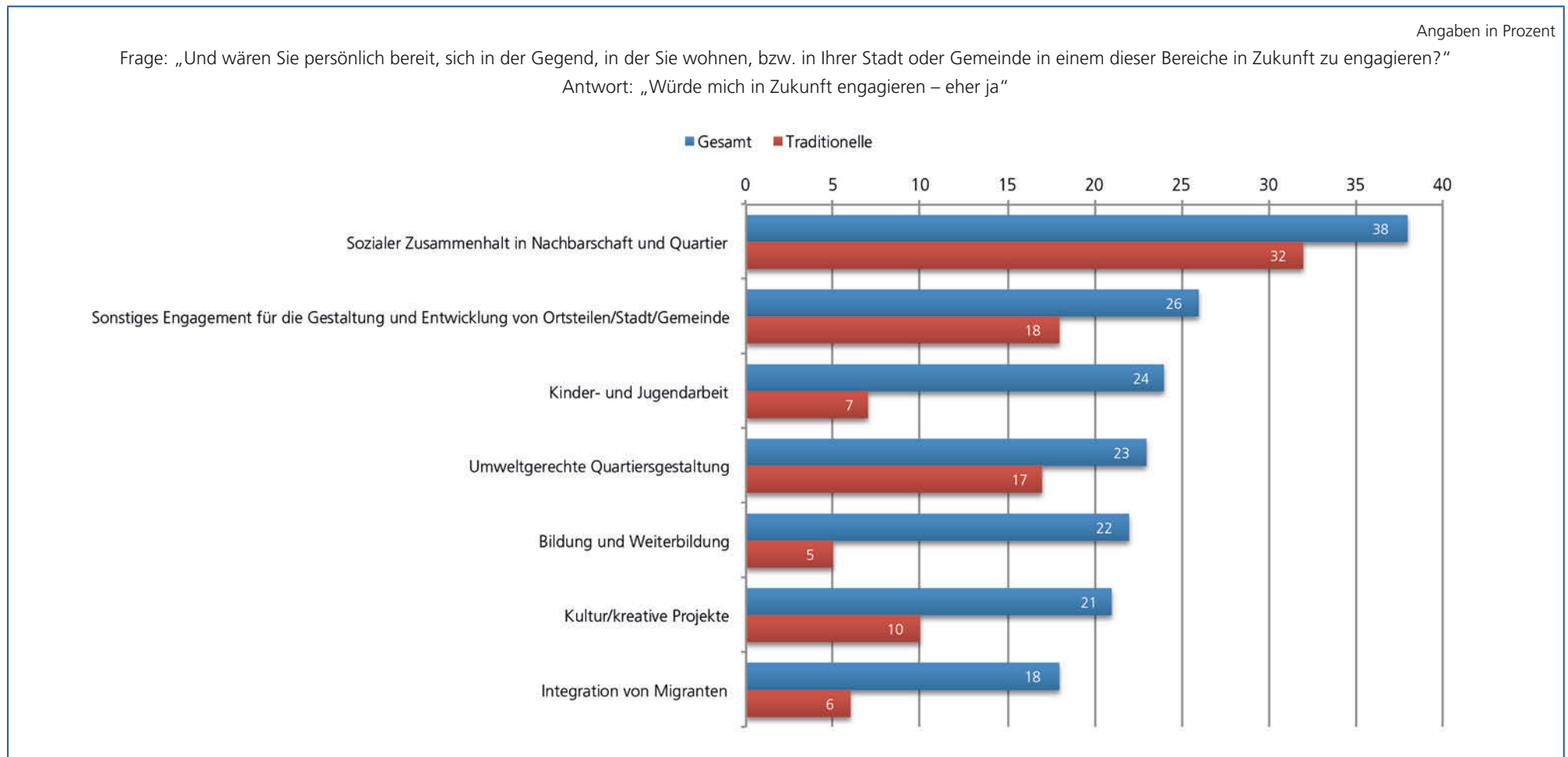
Trotz der starken Quartiersbindung ist die Engagementbereitschaft innerhalb dieses Milieus zum Teil weit unterdurchschnittlicher ausgeprägt. Die Gründe dafür sind in der oft eingeschränkten sozialen und räumlichen Mobilität zu sehen, aber auch in der Tatsache, dass sie sich dafür schlicht nicht mehr in der Verantwortung sehen – sie haben sich ihr Leben lang „durchgeschlagen“, jetzt sind andere dran. Dass Dinge dann nicht immer nach ihrer Zufriedenheit laufen, nehmen sie dann hin, ärgern sich aber auch darüber, schließlich sind Veränderungen für sie grundsätzlich schwierig. Gerade auch deshalb ist es umso wichtiger, dass sie gerade in Beteiligungsprozessen mit ihrer Meinung und ihren Bedürfnissen mitberücksichtigt werden.

Abbildung 186: Traditionelle – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen

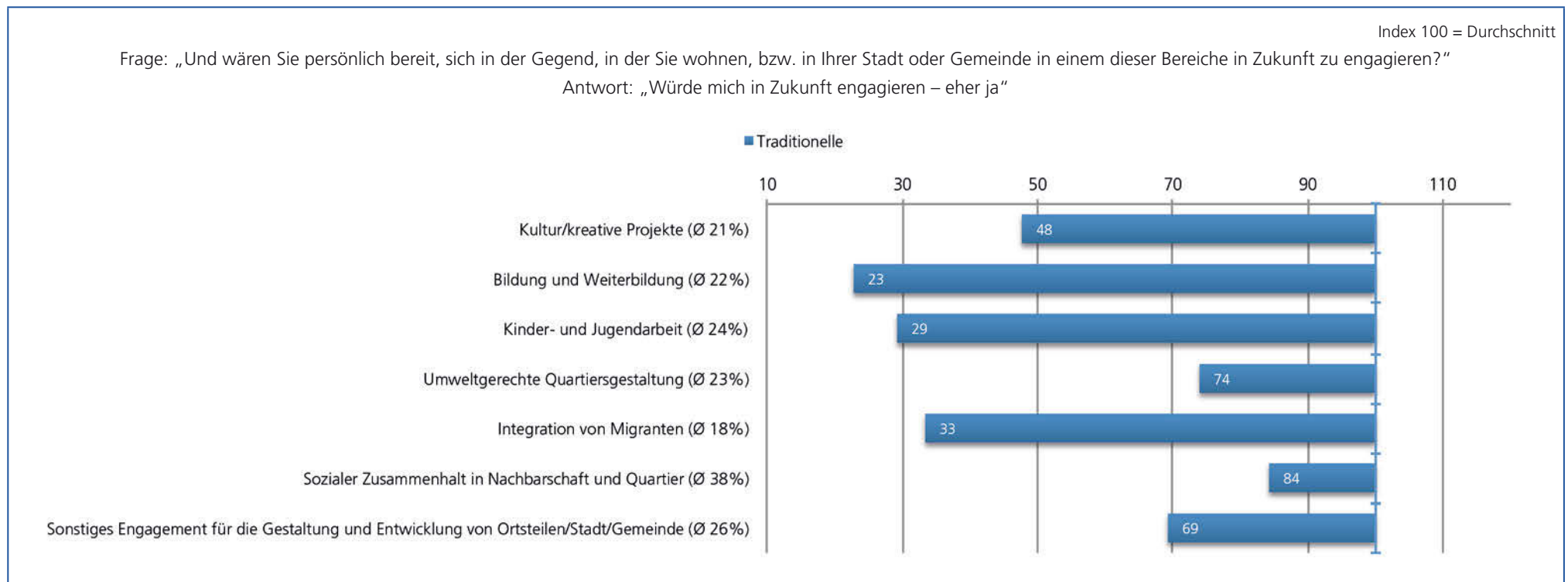


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 187: Traditionelle – Engagementbereitschaft im Vergleich



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 188: Traditionelle – Engagementbereitschaft

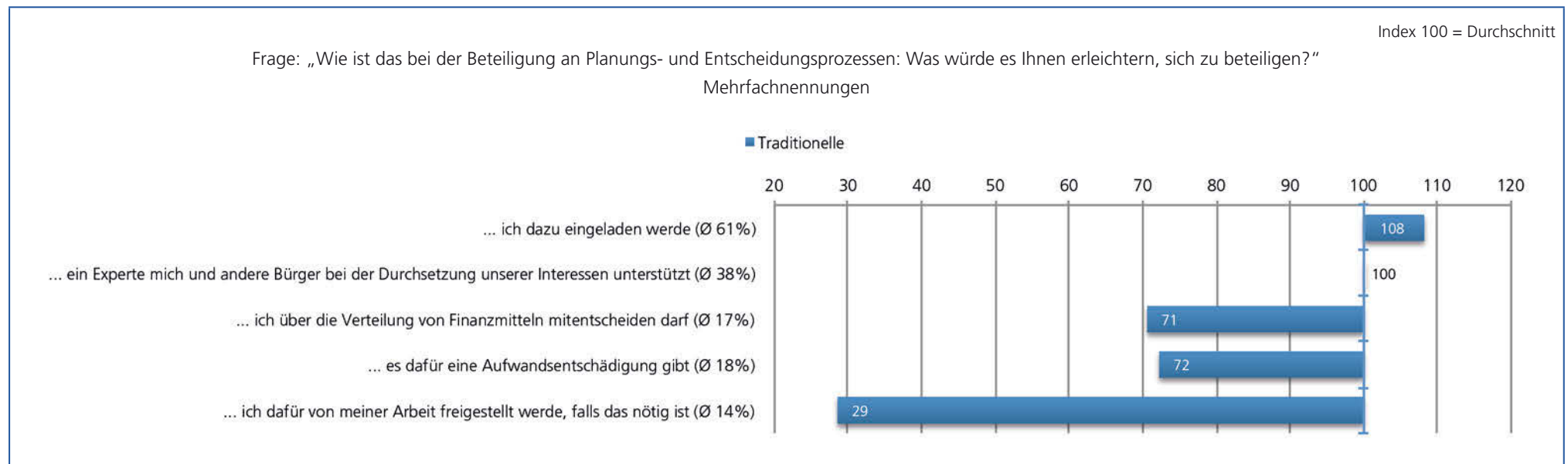
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Fazit: „Engagement und Beteiligung – geht mich das überhaupt noch was an?“

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Engagement und Beteiligung aus Sicht des Traditionellen Milieus eine Aufgabe für andere ist und die Verantwortung nicht mehr bei ihnen liegt. Ihre eingeschränkte soziale und räumliche Mobilität trägt zudem dazu bei, dass allzu oft an Beteiligungsverfahren nicht mehr teilnehmen, sodass bei diesem Milieu immer mehr vom „Abholen“ die Rede sein mag. Und „Abholen“ kann hier wortwörtlich verstanden werden, wenn Vertreter dieses Milieus für Beteiligungsveranstaltungen von zu Hause abgeholt werden müssen (deren Einverständnis vorausgesetzt).

Abholen heißt hier aber auch, dass den Traditionellen ihre eigene Betroffenheit bei bestimmten Prozessen klargemacht werden muss. Ihnen auf abstraktem Level zu erklären, worum es bei einer Sache geht, wird nicht funktionieren, stattdessen sollte es praktisch und konkret werden und es muss ihnen eine klare Antwort auf die Frage gegeben werden, was die Sache mit ihnen zu tun hat, welche Konsequenzen sie für sie haben wird, inwieweit sie betroffen sind. Die Zahlung einer Aufwandsentschädigung würde ihnen allerdings die Teilnahme an Planungs- und Entscheidungsprozessen nicht weiter erleichtern – die Zustimmung dazu fällt stark unterdurchschnittlich aus, ebenso wie die Zustimmung zur Freistellung von der Arbeit (Arbeit und Beruf spielen in diesem Milieu schlicht keine Rolle mehr).

Abbildung 189: Traditionelle – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

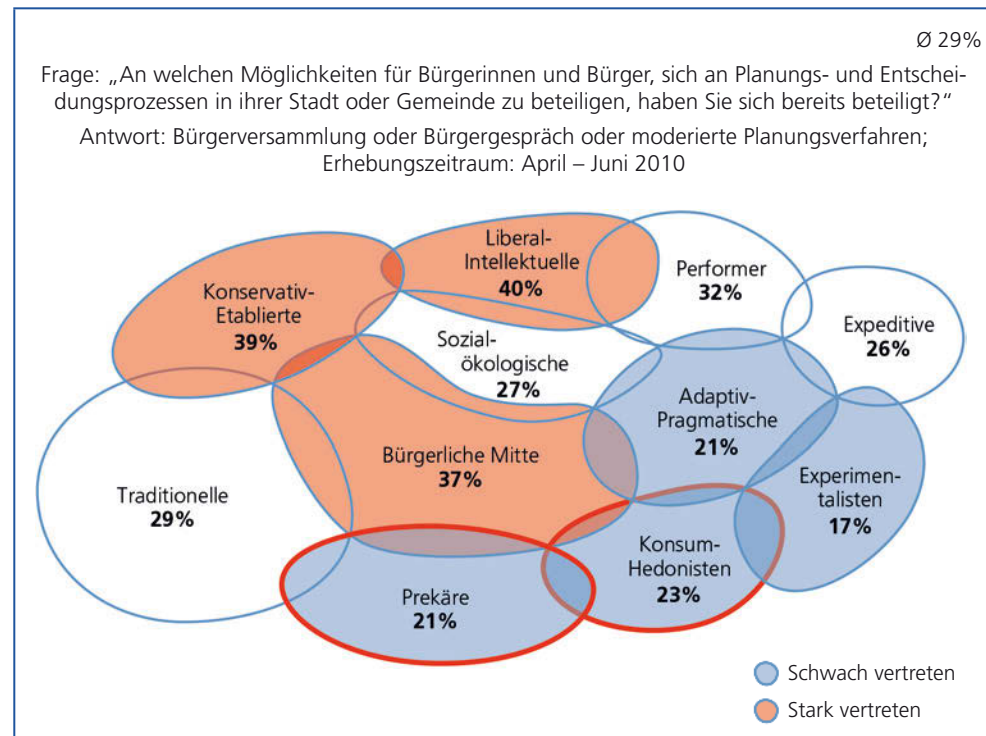
Allerdings liegt das Zustimmungsniveau der Traditionellen mit Blick auf eine Einladung leicht über dem Durchschnitt. Das legt die Vermutung nahe, dass unter allen aufgeführten Möglichkeiten der Erleichterung einer Teilnahme an Planungs- und Entscheidungsprozessen diese den Traditionellen am nächsten kommt. Eine persönliche Einladung kann auch als Wertschätzung verstanden werden, und diese kann bei den Traditionellen durchaus zu einer höheren Teilnahmewahrscheinlichkeit führen.

Zusammenfassend bleibt weiterhin festzuhalten, dass die Traditionellen sich nicht auf eine Art und Weise beteiligen werden, wie das bei den Leitmilieus oder den Kritisches-kreativen Milieus zu erwarten ist. Sie werden tendenziell eher mitmachen, nicht aber etwas vorantreiben oder mitdenken, mit eigenen Ideen und Impulsen eine Sache mit beeinflussen. Dennoch haben sie ihre Prinzipien, Normen und Werte, an denen sie festhalten. Auch aus diesem Grund besteht gerade mit den jungen, kreativen und den Prekären Milieus ein hohes Konfliktpotenzial. Deshalb mag die Überlegung angebracht sein, dieser Gruppe einen „geschützten“ Raum zu bieten, in dem sie unabhängig von

anderen ihrem Unmut, aber auch ihren Wünschen und Bedürfnissen Luft machen können – ohne dass beispielsweise die jungen, kritischen, kreativen Vertreter sie mit ihrer Sprunghaftigkeit verunsichern.

Prekäre Milieus und Partizipation

Abbildung 190: Prekäre Milieus – Bürgerdialog: Status quo



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Die Milieus aus dem Segment der Prekären (also zum einen das Milieu der Prekären und zum anderen die Konsum-Hedonisten) sind in Sachen Bürgerdialog deutlich unterrepräsentiert und bei Bürgerversammlungen, Bürgergesprächen oder moderierten Planungsverfahren weniger oft dabei als andere Milieus. Diese Milieus gehören zu jenen, die in Dialogprozessen oft nur schwach vertreten sind. Die Gründe dafür sind unterschiedlicher Natur. Die Ursache kann zum einen darin gesehen werden, dass sie sich unter jenen, die sich engagieren, nicht wohlfühlen und deshalb weniger oft an solchen Veranstaltungen teilnehmen. Zum anderen spielen solche Prozesse in der Lebenswirk-

lichkeit dieser Milieus keine oder nur eine untergeordnete Rolle. Im alltäglichen Leben sind andere Dinge wichtiger und haben mehr Relevanz. Gerade im Milieu der Prekären nimmt die Alltagsbewältigung eine dominante Position ein; man lebt häufig von Tag zu Tag, Raum für große Planungen, gerade im Kontext der Stadtentwicklung, bleibt da nicht. Für Konsum-Hedonisten ist die Relevanz solcher Veranstaltungen tendenziell eher gering – auch ihnen sind andere Dinge im Alltag wichtiger; das Leben in vollen Zügen zu genießen, umfasst eher nicht die Teilnahme an Bürgerversammlungen, Bürgergesprächen oder moderierten Planungsverfahren.

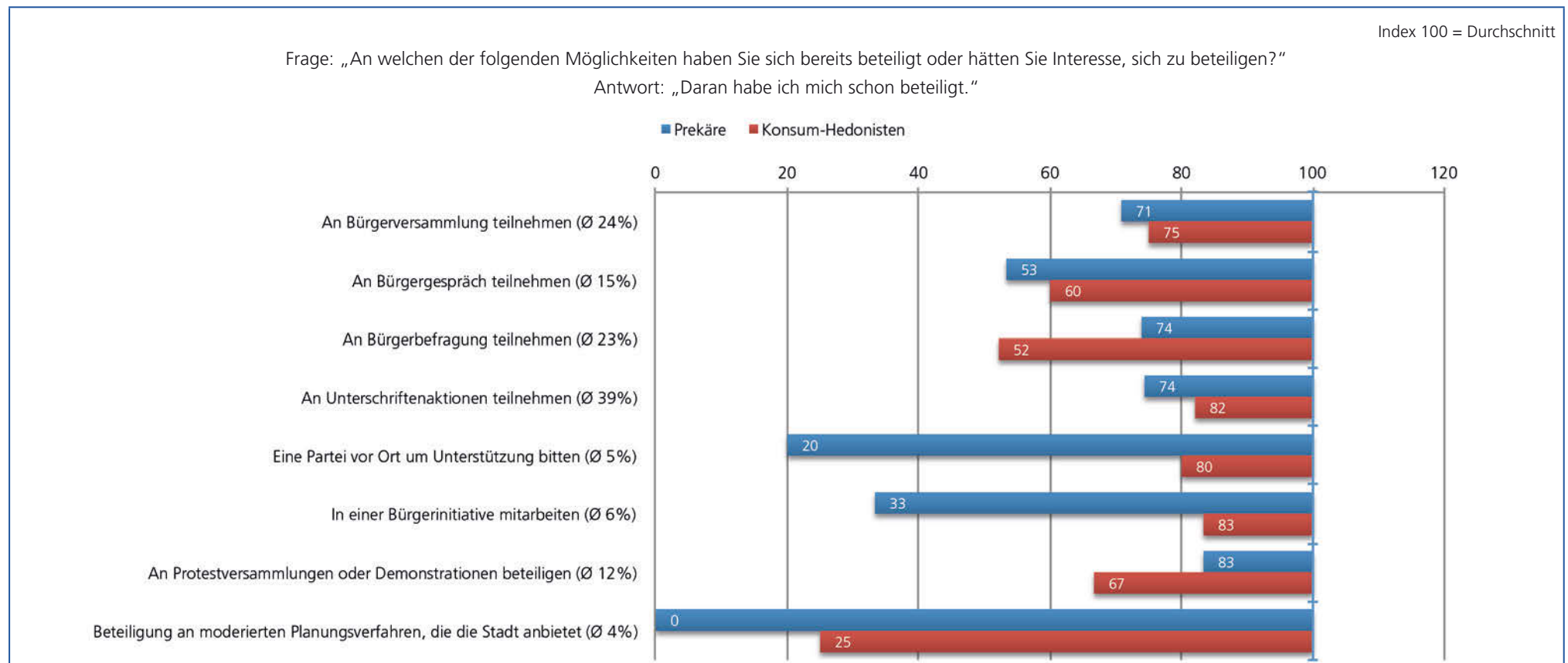
Partizipation und Beteiligung

Grundsätzlich sind beide Milieus aus diesem Segment in allen hier aufgeführten Bereichen der Beteiligungsmöglichkeiten unterrepräsentiert. Besonders das Milieu der Prekären ist in den meisten Bereichen stark unterrepräsentiert; an moderierten Planungsverfahren hat beispielsweise noch keiner der Befragten aus diesem Milieu teilgenommen. Auch die Konsum-Hedonisten sind in weiten Teilen stark unterrepräsentiert. Gerade im Vergleich zu den Leitmilieus wird hier das Problem deutlich, dass in bestimmten Beteiligungsprozessen eigentlich nicht die ganze Bandbreite von Meinungen und Betroffenheit abgebildet werden kann, denn die Vertreter dieser beiden Milieus nehmen im Vergleich zu anderen Milieus nur selten oder auch gar nicht an den aufgeführten Veranstaltungen teil und haben damit seltener (oder auch gar nicht) die Möglichkeit, ihre Meinungen oder Betroffenheit zu äußern.

Bei der Betrachtung des Interesses, an bestimmten Beteiligungsverfahren teilzuhaben, erhärtet sich das Bild, dass solche Verfahren keine große Relevanz im Alltag der Prekären Milieus zu haben scheinen. Bei den Konsum-Hedonisten weckt allein die Möglichkeit, eine Partei vor Ort um Unterstützung zu bitten, Interesse. Das Milieu der Prekären scheint sich allein für die Teilnahme an Protestversammlungen und Demonstrationen zu interessieren. In der Gesamtbetrachtung lässt sich für das Milieu der Prekären konstatieren, dass besonders die Beteiligungsmöglichkeiten, die mit einem hohen zeitlichen Aufwand und einer Einbeziehung der einzelnen Personen verbunden sind, tendenziell noch weniger Interesse wecken (zum Beispiel eine Partei vor Ort um Unterstützung bitten oder auch moderierte Planungsveranstaltungen) als jene, die sich als kurzfristig und wenig aufwendig charakterisieren lassen, wie beispielsweise Demonstrationen und Protestversammlungen.

Konsum-Hedonisten scheinen eher an einer direkten Unterstützung durch eine Partei vor Ort interessiert zu sein – die Bekundung ihres Interesses fällt hier überdurchschnitt-

Abbildung 191: Prekäre Milieus – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten

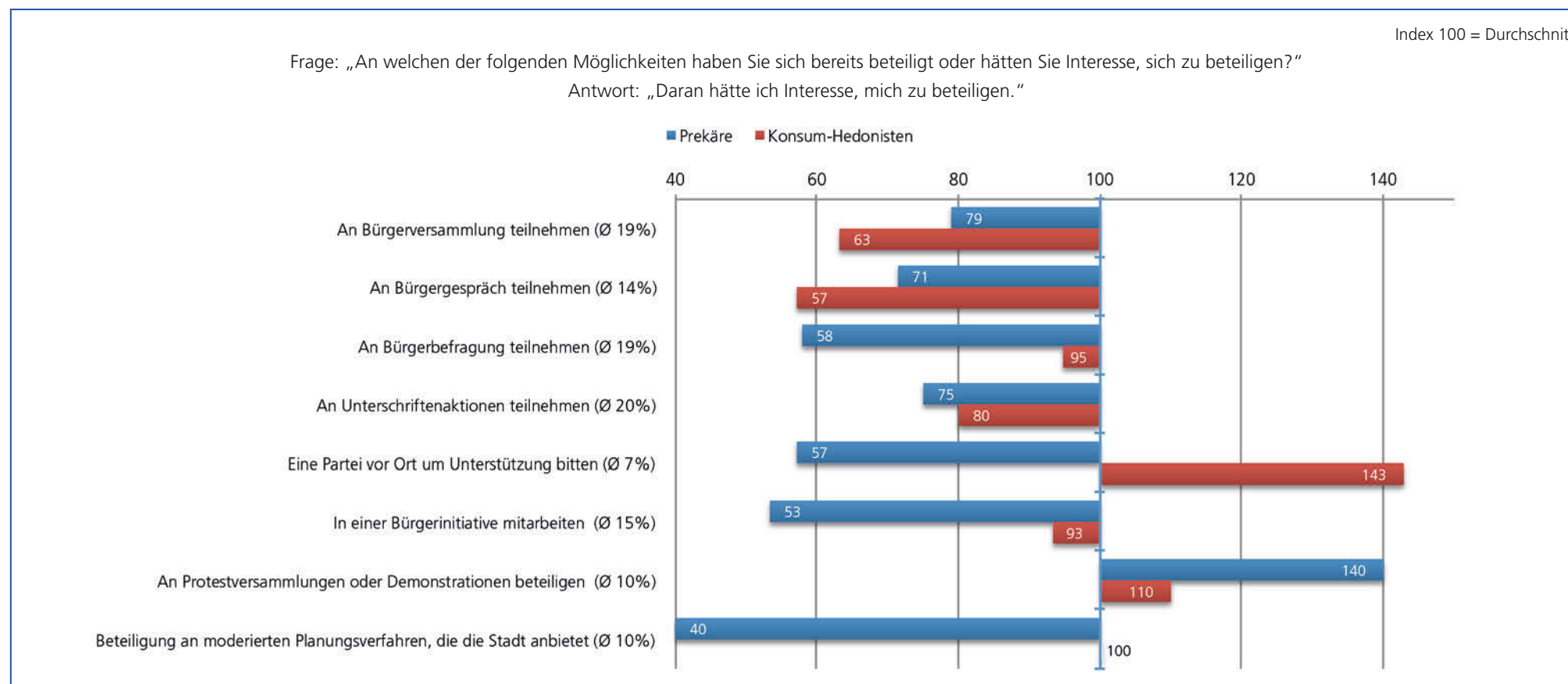


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

lich stark aus, aber auch das Interesse an Protestversammlungen und Demonstrationen fällt leicht überdurchschnittlich aus. Interessant ist hier die Beobachtung, dass es keine Differenzierung zwischen jenen Beteiligungsformen zu geben scheint, die eher aufwendig und durch ein hohes Maß persönlicher Mitwirkung gekennzeichnet sind, und jenen, die sich als eher anonym und passiv beschreiben lassen. Vielleicht versprechen sich Konsum-Hedonisten von dieser Art der Beteiligung ein besseres Ergebnis, sie mögen hier mehr Einflussmöglichkeiten von ihrer Seite aus vermuten. Dagegen ist das Interesse an anderen Formen der Beteiligung durchschnittlich oder moderat ausgezeichnet.

Für beide Milieus dieses Segments sind besonders zwei Gründe ausschlaggebend, sich nicht zu beteiligen: zum einen das Gefühl, dass sie sowieso nichts ändern können, und zum anderen, dass sie sich bei jenen, die sich engagieren, nicht willkommen fühlen. Dass sich beide Milieus, und ganz besonders das Milieu der Prekären, nicht willkommen fühlen, mag wiederum unterschiedliche Ursachen haben. Zum einen ist die Annahme, dass die Kommunikation bei solchen Veranstaltungen nicht ihren kommunikativen Präferenzen entspricht, eine Erklärung. Hier soll der Vergleich mit Talkshows herangezogen werden, denn grundsätzlich lässt sich das kommunikative Klima von Bürgerversamm-

Abbildung 192: Prekäre Milieus – Interesse, sich zu beteiligen

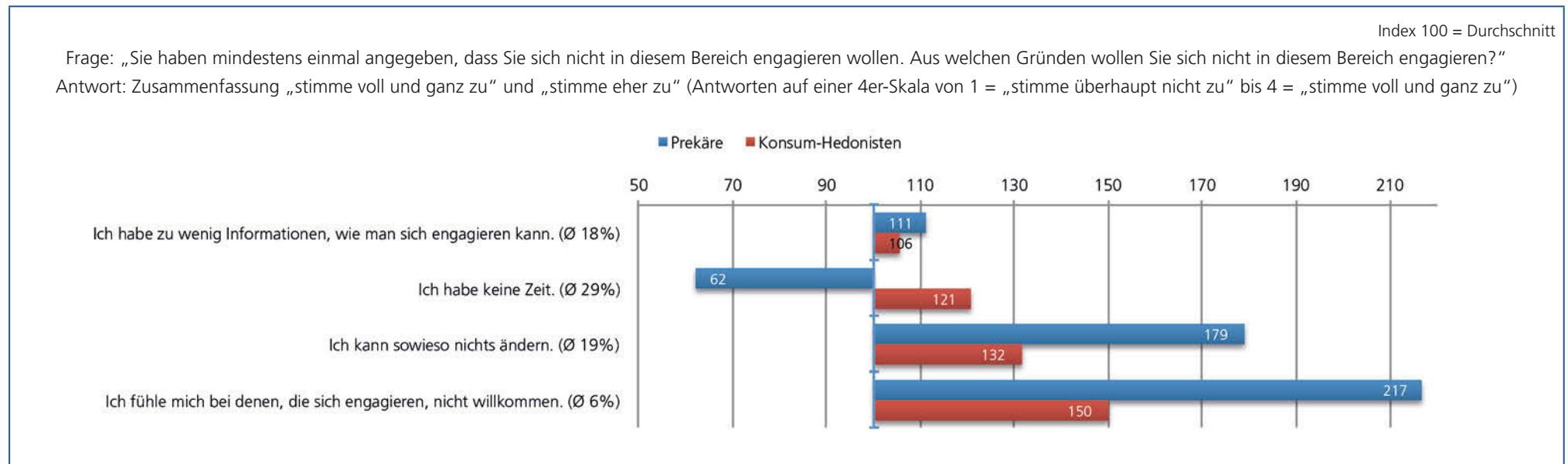


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

lungen mit dem politischen Talkshows der öffentlich-rechtlichen Sender vergleichen. Hier kommen besonders die Leitmilieus, aber auch der Bürgerliche Mainstream auf ihre Kosten, aber dem Duktus der Prekären Milieus entsprechen diese Formate tendenziell weniger. Gerade der Kommunikationsstil der Leitmilieus mag dazu führen, dass sich die Prekären Milieus ausgeschlossen fühlen, denn gerne bedienen sie sich der Sprache aus ihrem Berufsalltag und greifen auf entsprechende Ausdrucksweisen zurück. Ihre oft abstrakte Art und Weise zu kommunizieren soll einerseits ihre Intellektualität demonstrieren.

Andererseits hängen sie damit einige andere und eben auch die Prekären Milieus ab. Besonders die Prekären Milieus fühlen sich dann schnell ausgeschlossen und von oben herab behandelt und wenden sich gegen die anderen oder steigen ganz aus dem Prozess aus und nehmen in Zukunft tendenziell nicht mehr an solchen Veranstaltungen und Prozessen teil. Warum sollten sie zu Bürgerversammlungen gehen, wenn alle anderen dort sowieso alles besser wissen?

Abbildung 193: Prekäre Milieus – Gründe, sich nicht zu engagieren



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Ein anderer Faktor, der dazu beiträgt, dass sich diese Milieus bei denen, die sich engagieren, nicht willkommen fühlen, ist die (vermeintliche) Gemeinwohlorientierung, die gerade bei den Leitmilieus, aber auch in Teilen des Bürgerlichen Mainstreams zu beobachten ist (vor allem unter den Sozialökologischen). Hierin mag auch das im Vergleich zum Durchschnitt und zu anderen Milieus stark ausgeprägte Gefühl liegen, dass man selber sowieso nichts ändern kann. Andere wissen besser, was gut für alle ist, selber kann man da nichts ausrichten – andere bestimmen, wo es lang geht, und wissen auch am besten, wie man das durch- und umsetzt.

Noch ein weiterer Punkt mag hier eine Rolle spielen: Das Verhältnis der Milieus aus dem Prekären Segment zu Ämtern und „Offiziellen“ (auch Vertretern der Stadt) ist zwiespältig und öfter durch negative Erfahrungen geprägt. Wahrgenommen werden solche „Offizielle“ eher als Regulator, und so begegnet man ihnen mit Skepsis und Misstrauen. Mit Blick auf Partizipation und Engagement erscheint dieses kritisch anmutende Verhältnis hinderlich, denn auch hier mag die Erfahrung dominieren, dass gerade die

„Offiziellen“ vieles besser wissen, eine belehrende Art haben und über einen bestimmen wollen. Das daraus resultierende Gefühl von fehlender (gegenseitiger) Akzeptanz und ein damit einhergehendes Defizit an Vertrauen tragen ebenfalls dazu bei, dass das Interesse an Beteiligung in diesen Milieus relativ schwach ausgeprägt ist.

Fehlende Zeit hingegen spielt für das Milieu der Prekären im Vergleich zu anderen Milieus eine untergeordnete Rolle, scheint aber für Konsum-Hedonisten ein zusätzlicher Grund zu sein, sich nicht zu beteiligen. Und auch die fehlenden Informationen scheinen in beiden Milieus nicht ausschlaggebende Gründe zu sein, die für oder gegen eine Beteiligung sprechen.

In den Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen weichen die beiden Milieus des Prekären Segments zum Teil stark voneinander ab. Gerade bei den Konsum-Hedonisten wird deutlich, dass sie eine Art Verantwortung für die Gegend, in der sie leben, spüren: Ihre Zustimmung zu der Aussage „Ich denke oft, dass ich etwas dafür tun sollte, dass sich die Gegend, in der ich wohne, gut entwickelt.“ fällt mit 61 Prozent über-

durchschnittlich stark aus. Ebenso verhält es sich mit der Aussage, dass sie sich gerne mehr in und für die Gegend, in der sie wohnen, engagieren würden, sie allerdings nicht wüssten, wie und wo sie das tun können. Hier wird deutlich, dass durchaus mit mehr Informationen geholfen werden könnte. Überraschend ist hier allerdings die deutlich überdurchschnittliche Zustimmung zu der Aussage „Auf die Entwicklung meines Stadtteils habe ich genügend Einfluss.“. Diese Daten scheinen dem Status quo der Beteiligung dieses Milieus deutlich zu widersprechen, schließlich sind die Konsum-Hedonisten in allen aufgeführten Beteiligungsmöglichkeiten unterdurchschnittlich repräsentiert. Allerdings mag sich das Gefühl der Einflussnahme für die Konsum-Hedonisten nicht zwingend über Bürgerbeteiligung definieren. Es mag durchaus sein, dass sie Einfluss in diesem Fall anders definieren und diesen nicht daran festmachen, ob sie an Bürgerversammlungen, Bürgergesprächen, moderierten Planungsverfahren etc. teilnehmen. Für den einen oder anderen ist schon der Austausch mit den Nachbarn, Bekannten oder Freunden in der Kneipe eine Art, Einfluss zu nehmen. Eine direkte Mitbestimmung, wie sie die Leitmilieus oft fordern, muss nicht per se an das Gefühl von Einfluss gebunden sein.

Mit Blick auf das Milieu der Prekären hingegen zeichnet sich ein anderes Bild: Das Interesse an Beteiligung und das Bedürfnis, sich in das Geschehen in der Gegend, in der man lebt, einzumischen, scheint hier im Vergleich zu anderen Milieus weniger stark bzw. kaum ausgeprägt zu sein. Die Vertreter dieses Milieus haben im Vergleich zum Durchschnitt weniger das Gefühl, dass sie auf die Entwicklung ihres Stadtteils genügend Einfluss haben, scheinen aber auch seltener das Bedürfnis zu haben, Einfluss nehmen zu wollen und zu können. So fällt die Zustimmung zu der Aussage „Sich an Entscheidungsprozessen zu beteiligen, das ist nichts für mich.“ mit 69 Prozent überdurchschnittlich aus. Dieses Bild lässt sich überspitzt auch mit Resignation umschreiben: Wieso soll man sich für seine Nachbarschaft, sein Quartier, seine Stadt einsetzen und engagieren, wenn man selber doch nichts ändern oder ausrichten kann?

Gerade aus der Perspektive der Prekären Milieus sind es meist andere, die sich für eine Sache einsetzen und schlussendlich die „Entscheider“ sind. Das kann zum einen die Stadt und deren Vertreter sein, aber auch andere Bürger, zu denen man sich nicht zugehörig fühlt, die gerne von Gemeinwohl reden und sich grundsätzlich durchsetzen. Weder den einen noch den anderen fühlen sie sich wirklich gewachsen, denn diese Menschen sind in ihrem Auftreten und ihrer Art und Weise zu kommunizieren ganz anders als sie selber. Die Konsum-Hedonisten reagieren hier oft mit radikaler Abgrenzung, während das Milieu der Prekären eher zum Rückzug tendiert.

Engagement und Engagementbereitschaft

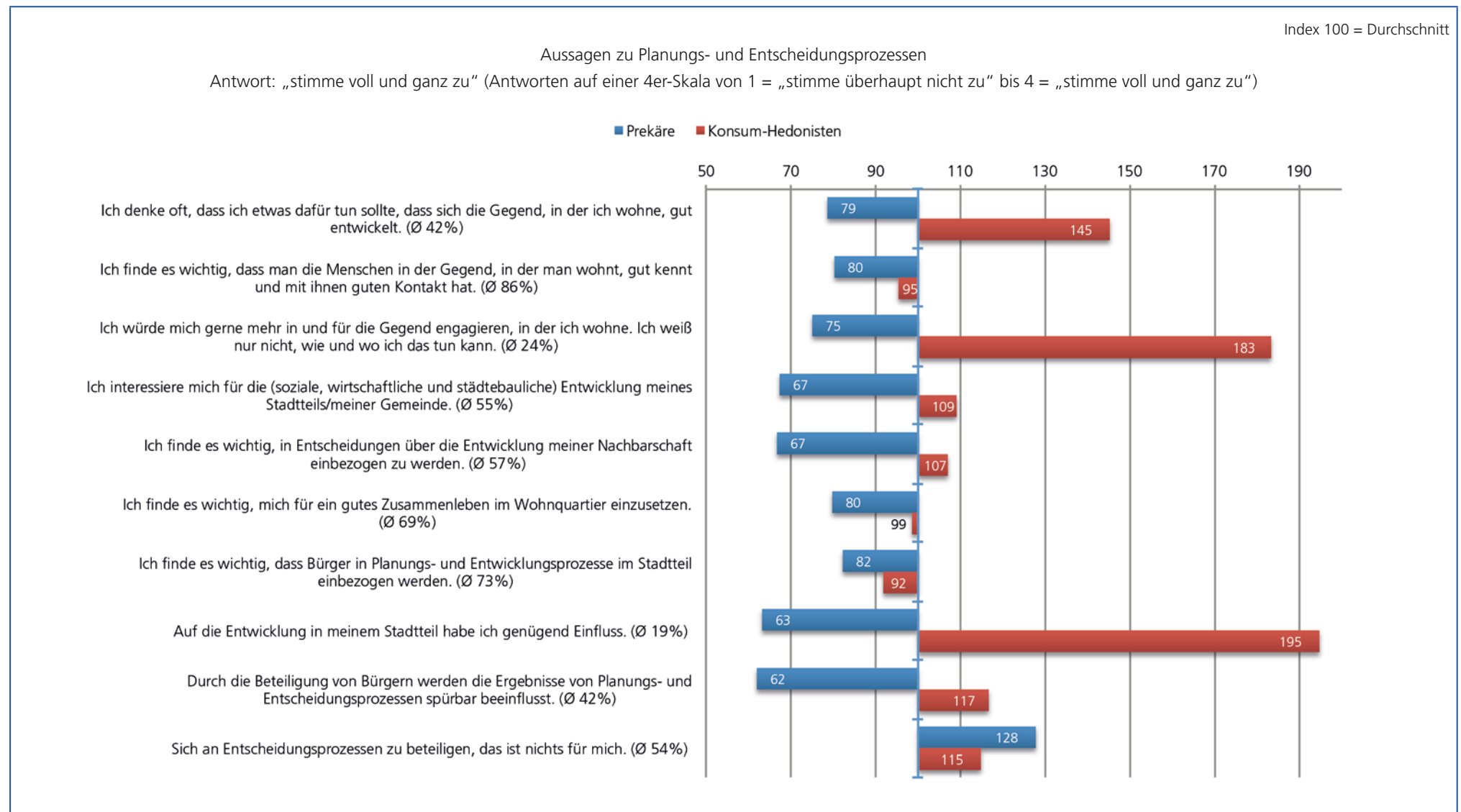
Auch die Bereitschaft, sich in bestimmten Bereichen zu engagieren, fällt in den beiden Milieus des Prekären Segments (zum Teil stark) unterdurchschnittlich aus: An keinen der hier aufgeführten Engagementmöglichkeiten bekunden die beiden Milieus überdurchschnittliches Interesse. Einzig im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit weisen Konsum-Hedonisten einen leicht überdurchschnittlichen Wert von 27 Prozent auf. Das Milieu der Prekären ist dagegen in allen aufgeführten Bereichen deutlich unterdurchschnittlich vertreten.

Engagement scheint im Alltag beider Milieus keine dominante Rolle zu spielen. Diesen Befund bestätigen besonders für das Milieu der Prekären auch die Daten zu derzeitigem bzw. früherem Engagement. Während Konsum-Hedonisten sich bereits durchschnittlich oft in einigen Bereichen engagiert haben (z. B. in der Kinder- und Jugendarbeit und der Integration von Migranten), fällt das Milieu der Prekären auch hier weit hinter dem Durchschnitt zurück.

Fraglich ist nun, warum das Interesse, sich zu engagieren, in diesem Milieusegment vergleichsweise gering ausfällt. In ihrer Interessenlage unterscheiden sich diese beiden Milieus stark von den meisten anderen Milieus. So ist das Interesse unter den Leitmilieus, aber auch unter den Milieus des Bürgerlichen Mainstreams in einigen der aufgeführten Bereiche vergleichsweise stark ausgeprägt. Eine Erklärung mag darin zu finden sein, dass gerade unter den Bürgerlichen Milieus Engagement als eine Art bürgerliche Verpflichtung und Erwartung verstanden wird. Zudem sind Kategorien wie Vorsorge (und auch Fürsorge), Langfristigkeit und Gemeinwohl in diesen Milieus gängige Gedanken: Man sorgt für sich, die Familie, andere vor, denkt und lebt nicht nur im Jetzt und Hier, sondern handelt mit Bedacht und Umsicht. Dass man das Gemeinwohl dabei nicht aus dem Auge verliert, ist selbstverständlich. Im Gegensatz dazu sind für die Vertreter des Prekären Segments Vorsorge, langfristiges Denken, Gemeinwohl eher abstrakte Kategorien mit wenig oder gar keiner praktischen Relevanz für ihren Alltag.

Zusätzlich haben die Milieus des Prekären Segments oft das Gefühl, dass sie nicht gebraucht werden. Die Welt wird angetrieben von Menschen, die grundsätzlich andere Ansprüche, Fähigkeiten und Interessen haben – sie haben das Sagen darüber, wie sich die Dinge entwickeln, sie sind jene, die letztendlich die Entscheidungen treffen und offensichtlich wenig Wert auf ihre Meinung legen. Wo andere in der Kategorie Gemeinwohl reden und leben, fühlen sich diese Milieus tendenziell ausgeschlossen und übergangen.

Abbildung 194: Prekäre Milieus – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen



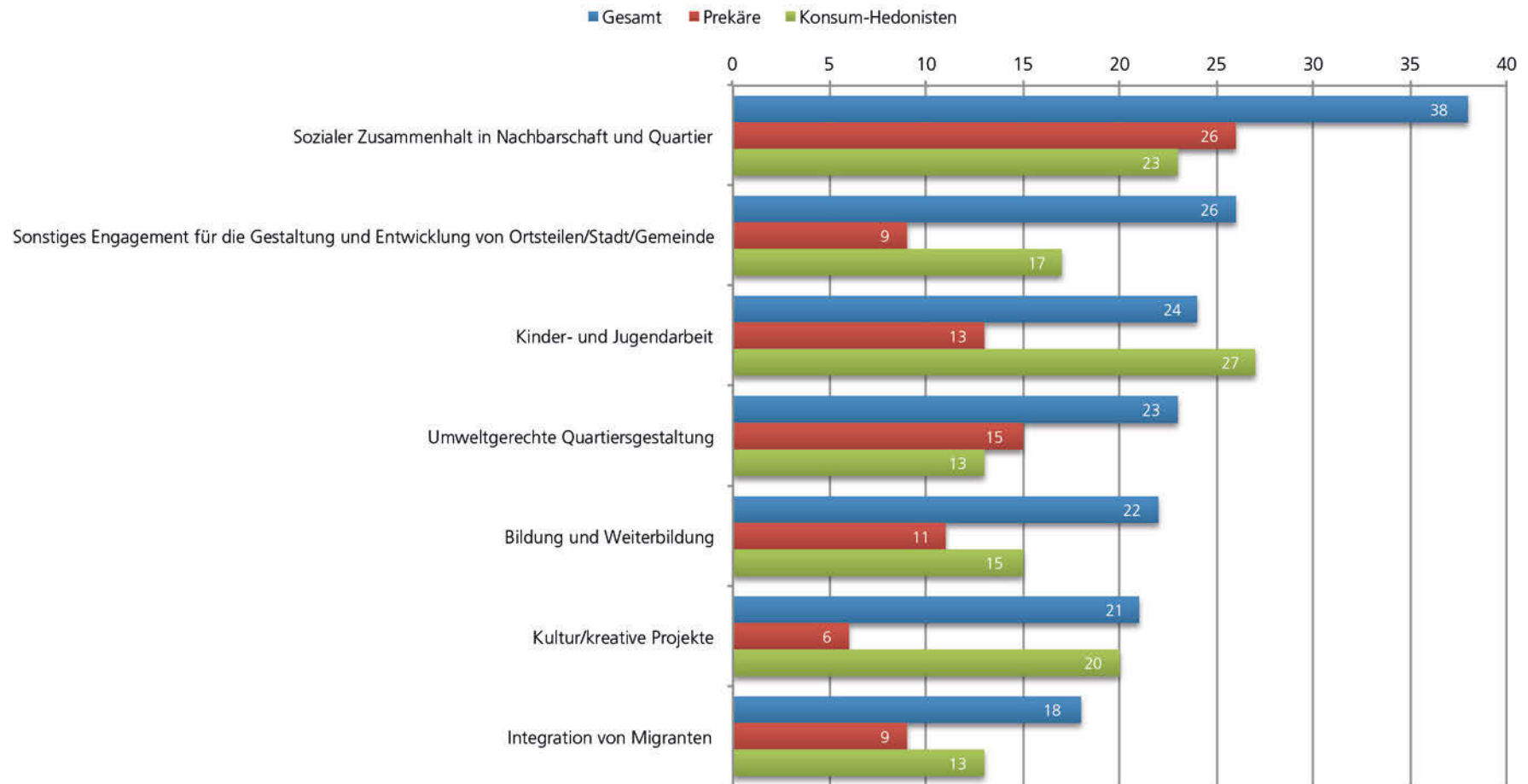
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 195: Prekäre Milieus – Engagementbereitschaft im Vergleich

Angaben in Prozent

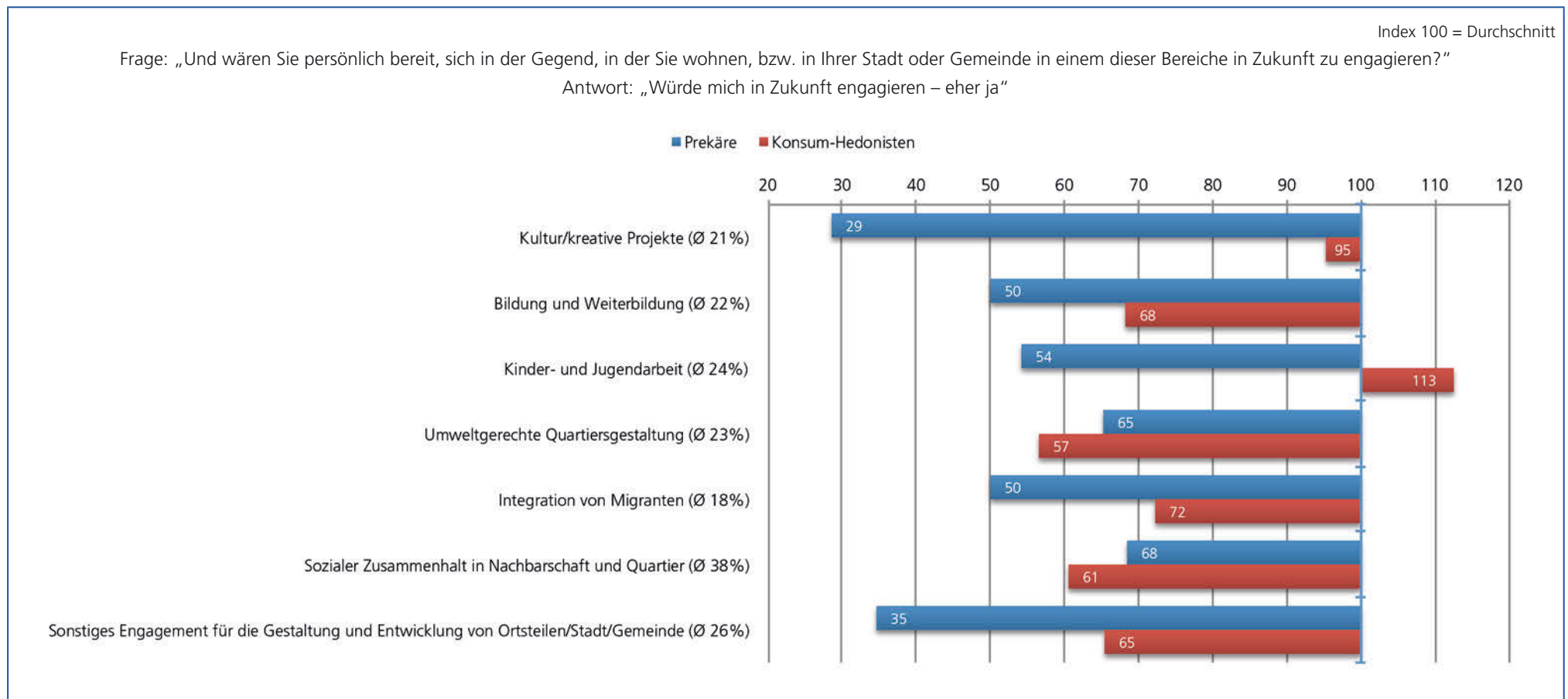
Frage: „Und wären Sie persönlich bereit, sich in der Gegend, in der Sie wohnen, bzw. in Ihrer Stadt oder Gemeinde in einem dieser Bereiche in Zukunft zu engagieren?“

Antwort: „Würde mich in Zukunft engagieren – eher ja“



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Abbildung 196: Prekäre Milieus – Engagementbereitschaft

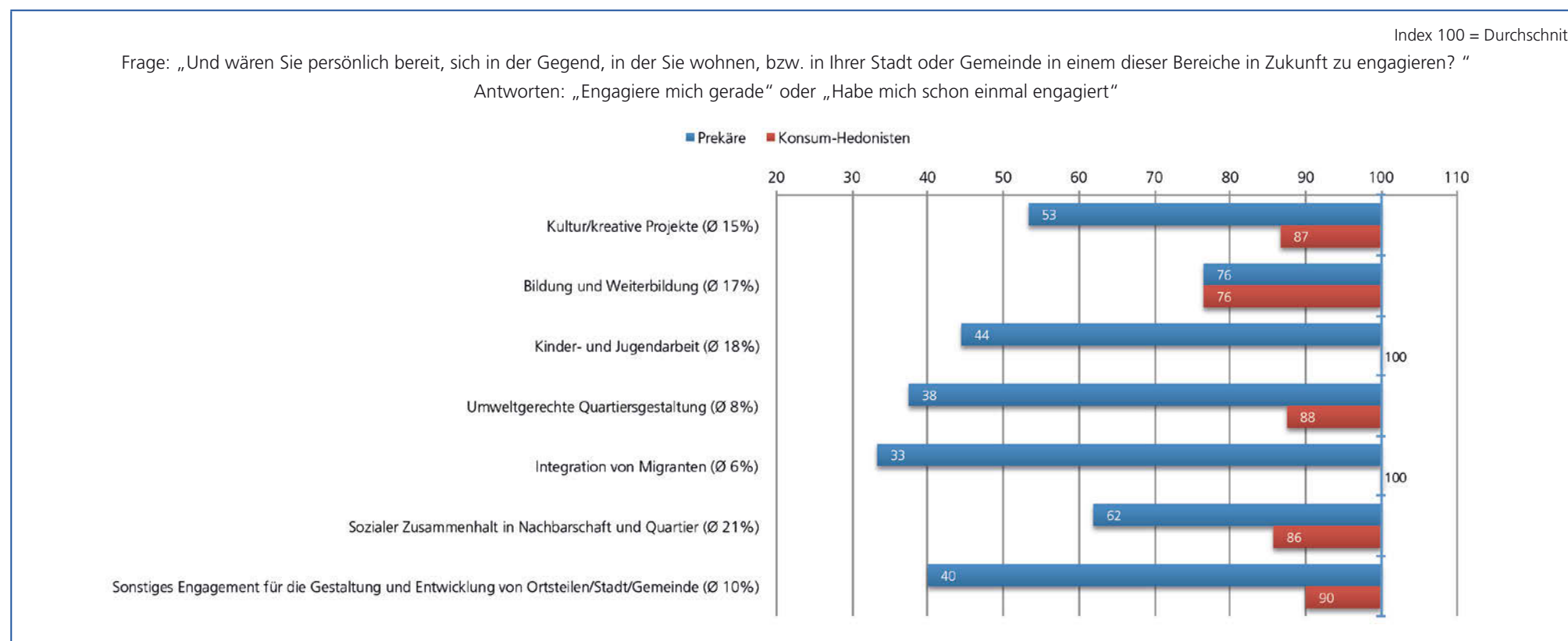


Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Ein weiterer Aspekt, der hier Beachtung finden muss, ist, dass einige Vertreter der Prekären Milieus zu jenen gehören, die auf das Engagement und die Hilfe anderer angewiesen sind. Diese Milieus sind jene, die öfter als andere Hilfe und Unterstützung benötigen, in der Bewältigung des Alltags auf andere angewiesen sind.

Fazit: Beteiligung und Engagement als „großes Kino“?

Zusammenfassend lässt sich das Bild mit Blick auf Engagement und Partizipation für die Milieus der Prekären und Konsum-Hedonisten so festhalten: Beteiligung, Engagement und Partizipation spielen in ihrer Lebenswelt eine untergeordnete Rolle. Das liegt zum einen daran, dass eines ihrer dominanten Grundmotive die Bewältigung des Alltags ist. In Relevanz und Bedeutung rücken andere Dinge in den Hintergrund.

Abbildung 197: Prekäre Milieus – Derzeitiges oder früheres Engagement für ...

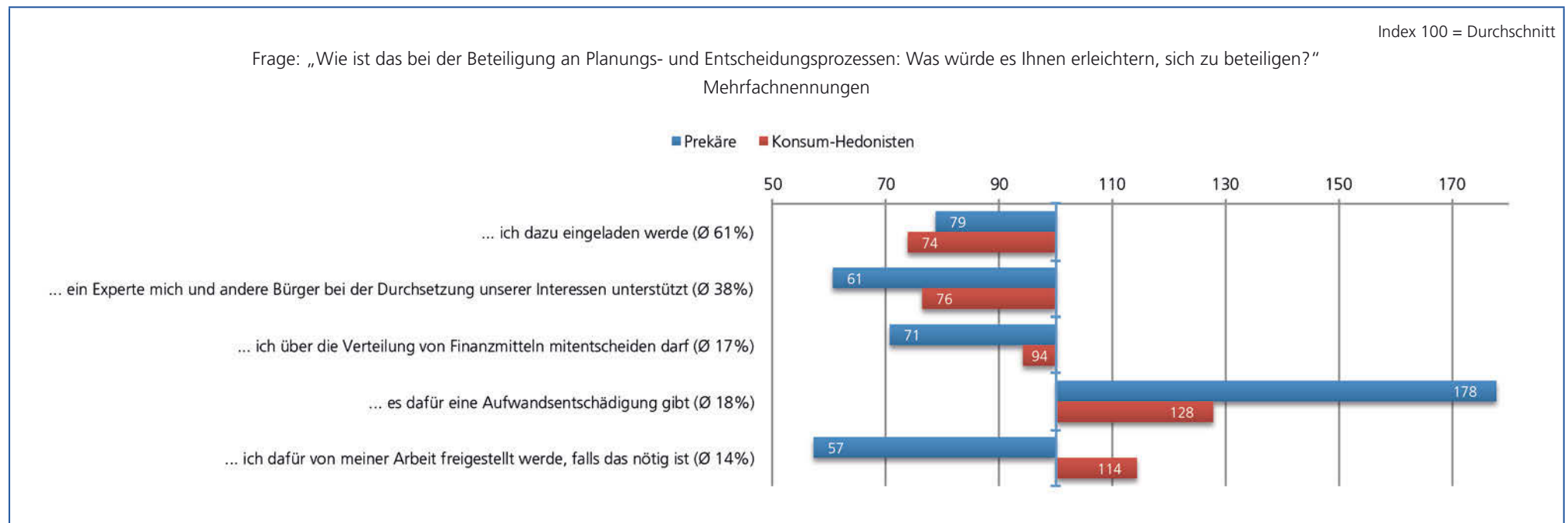
Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

Zum anderen spielt die Tatsache eine Rolle, dass sie sich unter jenen, die sich typischerweise engagieren, nicht willkommen fühlen. Partizipation findet vorrangig in einer anderen Lebenswelt statt und unter Menschen, in deren Gegenwart sie sich unsicher und unterlegen fühlen, zu denen sie innerlich (zum Teil große) Distanzen aufbauen bzw. aufgebaut haben. Dieses Gefühl mag dann im Fall des Prekären Milieus zu Sprach- und Hilflosigkeit, weiterhin zu Schamgefühlen, Resignation, Rückzug und Desinteresse führen. Konsum-Hedonisten reagieren dann eher mit deutlicher Abgrenzung und Abwehr gegenüber den vermeintlich gut gemeinten Ratschlägen. Die Besserwisserei der ande-

ren Milieus kommt weder beim Milieu der Prekären noch bei den Konsum-Hedonisten gut an, denn wenn alle anderen alles besser wissen und letztlich den Lauf der Dinge beeinflussen und bestimmen, warum soll man selber sich dann noch beteiligen?

Erleichtert würde die Teilnahme an Planungs- und Entscheidungsprozessen vor allem durch die Zahlung einer Aufwandsentschädigung – beide Milieus dieses Segments zeigen hier eine (stark) überdurchschnittliche Zustimmung. Die starke Zustimmung zu dieser Aussage verdeutlicht zweierlei: Zum einen unterstreicht sie die prekäre Lage, in der sich die beiden Milieus zum Teil befinden. Geld spielt eine große Rolle, denn oft fehlt

Abbildung 198: Prekäre Milieus – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...



Quelle: vhw Trendstudie 2010; Basis: 2.016 Fälle

eben diese Ressource; gerade die Prekären gehören zu dem einkommensschwächsten Milieu.

Zum anderen verdeutlicht die vergleichsweise hohe Zustimmung zu dieser Aussage den praktischen Nutzen, den Beteiligung für die Prekären Milieus mit sich bringen muss. Mit einem Appell an das Gemeinwohl, die damit verbundene bürgerliche Pflicht dringt man zu diesen Milieus nicht durch. Wichtig ist stattdessen, den praktischen Nutzen von Beteiligung zu betonen und genau zu überlegen: Was haben diese Milieus damit zu tun? Wie sind diese Milieus in einer Sache betroffen? Welche Konsequenzen hat die Sache für sie? Welche Berührungspunkte mit ihrer Lebenswelt gibt es? Man muss ihnen also in dem Sinne „großes Kino“ bieten, also dass bei Dialogvorhaben überlegt werden muss, was die Sache, um die es gehen soll, mit ihnen zu tun hat – welche praktischen Konsequenzen, welchen praktischen Nutzen hat die Sache für sie und in welchen Be-

reichen ihrer Lebenswelt sind sie betroffen? Ergibt sich für diese Milieus ein offensichtlicher praktischer Nutzen, lässt sich ihre Bereitschaft, an Dialogverfahren teilzunehmen, positiv beeinflussen. Dazu gehört dann beispielsweise auch, dass Einladungen schon entsprechend formuliert sind und eben diesen Nutzen klar kommunizieren. Dazu gehört aber auch, dass sie konsequent gehört werden und nicht in Diskussionen anderer Milieus um das Gemeinwohl untergehen und bevormundet werden.

7 Themen der Stadtentwicklung

In diesem Modul des Kommunikationshandbuchs wird es um einige ausgewählte Themen der Stadtentwicklung gehen und wie die einzelnen Milieus dazu stehen, welche Positionen sie beziehen, welche Bedeutung sie haben. Dieses Modul des Handbuchs bietet einerseits einen Einblick, welche Rolle eben diese Themen für die Milieus spielen. Andererseits kann es auch als eine Art Zusammenfassung der vorherigen Module aufgefasst werden, denn es sollen auch Zusammenhänge hergestellt werden, beispielsweise zwischen den Lebensphasen und den Handlungsfeldern. Dabei konzentrieren sich die folgenden Beschreibungen auf drei wesentliche Themen: Wohnen, Quartier und Nachbarschaft. Hier wird es beispielsweise darum gehen, welche Einstellungen die Milieus zum Thema Wohnen haben, welche Rolle Wohnen, Quartier und Nachbarschaft in ihrem Alltag und ihrer Lebenswelt spielen.

Zudem widmet sich dieses Modul auch dem Querschnittsthema Bildung. Welche Bedeutung hat dieses Thema für die Milieus und welche Rolle nimmt es in ihren Lebenswelten ein? Mit Blick auf Bildung ist auch die Beachtung der Lebensphasen einzelner Milieus wichtig. Hier besteht offensichtlich ein großer Unterschied zwischen den jüngeren (vor allem den Exeditiven) und den älteren Milieus (vor allem den Traditionellen) – während die einen gerade am Anfang ihres beruflichen Werdegangs stehen, hat für die anderen Bildung und Weiterbildung keine hohe Wertigkeit mehr im Alltag und in ihrer Lebenswelt.

Das Thema Integration findet hier ebenfalls Berücksichtigung: Wie stehen die Milieus diesem Thema gegenüber? Was gibt es hier zu beachten? Wie lassen sie sich in diesem Handlungsbereich ansprechen und welche Relevanz hat es für sie? Auch hier werden sich einige Unterschiede herausarbeiten lassen wie auch Widersprüche. Denn nicht jedes Milieu, das in einem Quartier mit vielen unterschiedlichen Milieus, Menschen und Kulturen lebt, empfindet das Thema als relevant.

Auch in diesem Teil des Handbuchs werden die Milieusegmente einzeln beschrieben und Unterschiede zwischen den Milieus der einzelnen Segmente direkt in den Beschreibungen hervorgehoben. An der einen oder anderen Stelle lohnt es sich, einen intensiveren Blick in die anderen Module des Handbuchs zu werfen und dort Informationen zu vertiefen.

Leitmilieus

Die Gesellschaftlichen Leitmilieus unterscheiden sich vor allem in ihren Lebenslagen und Lebensphasen voneinander und setzen aus diesem Grund in den hier aufgeführten Handlungsfeldern der Stadtentwicklung zum Teil sehr unterschiedliche Prioritäten (Details dazu im Modul „Milieuportraits“). Alle drei Milieus aus diesem Segment, die Konservativ-Etablierten, die Liberal-Intellektuellen wie auch die Performer, haben aber hohe Ansprüche, wenn es um das Thema Wohnen, Wohnumfeld, Quartier und Nachbarschaft geht. Jedoch unterscheiden sie sich hinsichtlich ihrer Präferenzen zum Teil stark voneinander, was beispielsweise in der Wohnortpräferenz deutlich wird. Auch ihre Standpunkte zu grundlegenden Gesellschaftsfragen wie z. B. zum Thema Integration können variieren und voneinander abweichen.

Gemeinsam ist ihnen aber, dass sie aufgrund ihres hohen Haushaltsnettoeinkommens mit Blick auf Mieten bzw. Kaufpreise von Immobilien nicht sehr „preissensitiv“ agieren bzw. reagieren.

Wohnen

Miete und Kaufpreis spielen in diesem Segment kaum bzw. im Vergleich zu anderen Milieus eine eher untergeordnete Rolle. Die Art und Weise, in der sie wohnen, kann durchaus kostenintensiv sein. Denn Wohnen hat in diesem Milieusegment oft auch einen repräsentativen Charakter. Zudem bevorzugen sie hochwertige Immobilien, und gerade die Konservativ-Etablierten und Liberal-Intellektuellen wohnen überdurchschnittlich oft im Eigentum. Das lässt sich auch als Zeichen dafür deuten, dass Wohnen besonders für diese beiden Milieus bei Weitem keinen Übergangscharakter hat.

Unterschiede werden hier vor allem in der Wohnortpräferenz deutlich: Hier heben sich ganz deutlich die Performer von den anderen beiden Milieus ab. Auf den ersten Blick ähneln Performer in ihrer Präferenz für urbane Wohnlagen den Exeditiven und Experimentalisten. Allerdings verfügen sie über ein weitaus höheres Einkommen bzw. Haushaltsnettoeinkommen, sodass sie durchaus mehr Möglichkeiten haben, ihren Wunsch nach Individualität und Exklusivität zu verwirklichen. Sie sind einerseits also ein urban geprägtes Milieu, bevorzugen aber mit hoher Wahrscheinlichkeit die gehobenen und attraktiven Lagen im Zentrum von Städten. Zudem hat ihre Art und Weise zu Wohnen einen stark repräsentativen Charakter, und so darf die Einrichtung zum Beispiel gerne modern und von einschlägigen Designern angefertigt sein. Auf diese Art und Weise zeigen bzw. kommunizieren Performer auch gerne, dass sie sich eben solche Möbel

So könnten die Konservativ-Etablierten wohnen ...



So könnten die Liberal-Intellektuellen wohnen ...





leisten können. Ihr Lebensstil ist stark geprägt durch eine hohe (in erster Linie berufliche) Mobilität, und dennoch zeichnet sich ihr Wohnstil nicht durch Übergangscharakter und Zwischenlösungen aus.

Die Gesellschaftlichen Leitmilieus sind überdurchschnittlich oft im Besitz von Immobilien – doch im Gegensatz zu den Konservativ-Etablierten und den Liberal-Intellektuellen sehen die Performer Immobilien tendenziell als Wert- und Geldanlage, wohnen aber weniger häufig in ihren eigenen Immobilien als die anderen beiden Milieus dieses Segments.

Die Konservativ-Etablierten bevorzugen im Gegensatz zu den Performern eher die gehobenen Lagen am Stadtrand. Dabei zeigen sie Tendenzen zu eher kleinräumigen Strukturen wie Ein- bzw. Zweifamilienhäuser. Wohnhäuser mit mehreren Parteien kommen für sie weniger infrage. Lage und Qualität spielt aber in jedem Fall eine entscheidende Rolle. Sie sind ein hohes Wohnniveau gewöhnt und mehrheitlich bereits mit Wohnraum „versorgt“. In diesem Zusammenhang zeigen sie im Gegensatz zu den Performern kaum bis gar keine (Umzugs-)Mobilität mehr. Mit Blick auf die Altersstruktur wird jedoch das Thema „altersgerechtes Wohnen“ an Bedeutung gewinnen. Die Konservativ-Etablierten gehören in der Milieulandschaft zu einem der älteren Milieus, und es ist davon auszugehen, dass sie besonders Wert darauf legen, auch im höheren Alter mobil und selbstständig zu sein, sodass sie für dieses Thema durchaus offen sein werden.

Wie für die anderen beiden Milieus in diesem Segment ist auch bei den Liberal-Intellektuellen die Miete bzw. der Kaufpreis einer Immobilie erst einmal nachrangig. Auch sie bevorzugen gehobene Wohnlagen und zeigen Präferenzen für den Stadtrand. Es ist aber auch vorstellbar, dass für sie innenstadtnahe Lagen attraktiv sind, wenn das Angebot stimmt; vorstellbar wären hier beispielsweise komplett sanierte und vor allem repräsentative Altbauten. Davon abgesehen bevorzugen sie wie die Konservativ-Etablierten Ein- und Zweifamilienhäuser. Wohnhäuser mit mehreren Wohnparteien müssen bestimmte Standards erfüllen, damit sie auf dieses Milieu attraktiv wirken. Auch bei diesem Milieu ist davon auszugehen, dass sie in Sachen Wohnen angekommen sind, die Umzugstendenz eher gering ausfällt und der Wohnraum entsprechend hochwertig ausfallen sollte.

Quartier und Nachbarschaft

Die hohen Ansprüche an das Wohnen spiegeln sich bei diesen Milieus auch im Anspruch an das Wohnumfeld. Allerdings lassen sich auch hier Abstufungen zwischen den Milieus ausmachen.

So legen die Konservativ-Etablierten sehr viel Wert auf ein aus ihrer Sicht gepflegtes und niveauvolles Wohnumfeld. Im Kontext dieses Milieus heißt das, dass sich die Nachbarschaft durch „ihresgleichen“ charakterisieren lässt, was auch damit im Zusammenhang steht, dass sich Menschen aus anderen Milieus ihre Wohnlagen schlicht nicht leisten können. Sie leben und wohnen meistens in Quartieren, die sich durch eine hohe Kaufkraft auszeichnen und wo wenige oder gar keine sozial schwächeren Menschen anzutreffen sind. Folglich sind Berührungspunkte mit eben diesen Milieus eher selten, und im Gegensatz zu den Performern sorgt Vielfalt hier eher für Verunsicherung. Wichtiger ist allerdings, dass es anspruchsvolle Möglichkeiten in Nachbarschaft und Quartier gibt, um seine Freizeit zu verbringen. In diesem Milieu kann sich das auf ein vielfältiges kulturelles Angebot beziehen wie Theater, Museen oder auch Galerien. Bildungsangebote vor Ort spielen bei diesem Milieu eine untergeordnete Rolle.

Anders stellen sich da die Anforderungen der Liberal-Intellektuellen an Quartier und Nachbarschaft dar: Ihnen ist vor allem eine gute Bildungsinfrastruktur vor Ort wichtig, zum einen für die eigenen Kinder (34,9 Prozent geben an, in Haushalten mit Kindern unter 18 Jahren zu leben), die oft noch auf eben diese Bildungsinfrastruktur angewiesen sind, zum anderen für sie selber, denn Bildung ist ihnen enorm wichtig, sodass sie auch Fortbildungsangebote vor Ort zu schätzen wissen. Darüber hinaus sollte das Wohnumfeld auch Anregungen in Form von kulturellen Angeboten bieten. Hier ähneln sie den Konservativ-Etablierten, denen ein ausgewähltes kulturelles Angebot in der unmittelbaren Umgebung ebenfalls wichtig ist. Zusätzlich dazu spielen natürlich auch Einkaufsmöglichkeiten (z. B. für den täglichen Bedarf) eine Rolle.

Für die Performer spielt die direkte Nachbarschaft im Vergleich zu den Konservativ-Etablierten und den Liberal-Intellektuellen eine eher untergeordnete Rolle, wie beispielsweise der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) oder auch Einkaufsmöglichkeiten, denn Nachbarschaft ist für sie weit gestreckt und spielt in der eigenen Lebenswelt keine große Rolle. Sie sind in jeder Hinsicht mobil und sind damit in ihrem Aktivitätsradius nicht auf die direkte Wohnumgebung festgelegt. Nichtsdestotrotz haben sie eine hohe Affinität in Richtung urbaner Vielfalt, und ein vielfältiges Angebot an Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten im Quartier bietet hier einen großen Mehrwert. Dazu zählen

durchaus auch Einkaufs- und Shoppingmöglichkeiten, aber auch Bars, Kneipen und Restaurants können die Bindung an das Quartier stärken. Dennoch haben sie auch aufgrund der Tatsache, dass sie viel unterwegs sind, eine weniger stark ausgeprägte Bindung an ihre Nachbarschaft als andere Milieus.

Allerdings sind die Performer gegenüber der Nachbarschaft durchaus toleranter als die anderen beiden Milieus. Gerade die Konservativ-Etablierten und Liberal-Intellektuellen reagieren sensibel auf sogenannte Abwärtstrends im Quartier. Fühlen sie sich nicht mehr sicher oder entsprechen ihr Wohnumfeld und die Zusammensetzung der Nachbarschaft nicht mehr ihren Ansprüchen, so können sie durchaus mit Umzugstendenzen reagieren.

Bildung

Bildung ist allen Milieus aus diesem Segment sehr wichtig. Und auch wenn das Thema aufgrund ihrer Lebensphase (z. B. weil die Kinder meist schon selbstständig und aus dem Haus sind) für die Konservativ-Etablierten an Relevanz verloren hat, so sind doch alle drei Milieus sehr bildungsaffin. Besonders die Liberal-Intellektuellen und die Performer legen Wert auf entsprechende Infrastrukturen vor Ort. Zum einen geht es dabei um Möglichkeiten, sich selber weiterzubilden, auf dem neuesten Stand zu bleiben und sich Wissen anzueignen. Zum anderen geht es dabei auch um die eigenen Kinder, die im Falle der Liberal-Intellektuellen und der Performer auf Bildungsinfrastrukturen vor Ort angewiesen sind. Dabei ist es von großer Bedeutung, dass eben diese Bildungsinfrastruktur den Ansprüchen dieser Milieus gerecht wird. Auch hier stellen sie hohe Ansprüche, und Schulen und Kindertagesstätten vor Ort müssen diese erfüllen. Werden diese Ansprüche aus ihrer Sicht nicht erfüllt, ist es denkbar, dass sie darin einen Grund sehen, um in ein anderes Quartier zu ziehen und sich ein Wohnumfeld zu suchen, das diese Anforderungen erfüllen kann.

Dagegen ist jedoch der Bedarf an Kindertagesstätten oder Schulen bei den Konservativ-Etablierten eher gering. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Konservativ-Etablierten gerade in der Phase des „Empty Nest“¹⁶³ befinden, ist recht hoch: Oftmals haben die Kinder bereits das Haus verlassen, werden gerade selbstständig und so bestehen kaum

¹⁶³ „Der Begriff ‚Empty Nest‘ beschreibt die Phase im Leben von Eltern, wenn die Kinder ‚flügge‘ werden und den familiären Haushalt verlassen. Das ‚Leere Nest‘ ist somit bezeichnend für eine strukturelle Veränderung innerhalb einer Familie: Die räumliche Trennung von Eltern und Kind(-ern).“; aus dem Familienhandbuch: <https://www.familienhandbuch.de/familienforschung/kinder-in-der-familie/empty-nest-wenn-die-kinder-das-haus-verlassen> [05.04.2013]

explizite Anforderungen an eine entsprechende Bildungsinfrastruktur. Das Thema verliert in diesem Milieu zunehmend an Relevanz.

Integration

Das Thema Integration spielt bei den Gesellschaftlichen Leitmilieus unterschiedliche Rollen. Die Konservativ-Etablierten leben zumeist in einem Umfeld, welches durch eine Nachbarschaft geprägt ist, in der eher statusgleiche Milieus leben. Der Kontakt zu Menschen mit Migrationshintergrund und sozial schwächeren Milieus ist damit im direkten Wohnumfeld nicht unbedingt gegeben und das Thema schon deswegen im Alltag nicht dominant. Somit besteht aus ihrer Sicht wohl auch kaum Bedarf, dass sie sich dafür in der direkten Nachbarschaft einsetzen oder engagieren müssen. Ein gutes Zusammenleben in der Nachbarschaft ist ihnen zwar wichtig, jedoch bezieht es sich eher auf Menschen, die einen ähnlichen Hintergrund haben wie sie.

Auch den Liberal-Intellektuellen ist ein gutes Zusammenleben in Quartier und Nachbarschaft sehr wichtig. In diesem Zusammenhang lassen sie sich auch als ein „Integrationsmilieu“ bezeichnen. In ihrem Wohnumfeld wohnen durchaus auch Menschen mit einem anderen kulturellen Hintergrund bzw. anderer Herkunft. Allerdings ist davon auszugehen, dass im Wohnumfeld der Liberal-Intellektuellen eher die statushöheren Migranten anzutreffen sind. Sie leben in Quartieren, die sich tendenziell in hochpreisigen Mietsegmenten befinden und folglich wird sich das in der Zusammensetzung der Nachbarschaft widerspiegeln. Vielfalt im Wohnumfeld ist ihnen wichtig, jedoch muss sie ihren Vorstellungen entsprechen. Gleichwohl sind sie auf diesem „Ohr“ sehr empfänglich, ihnen ist eine gute Integration wichtig, denn ohne ist ein gutes Zusammenleben und der Zusammenhalt in der Nachbarschaft nicht möglich.

Aus Sicht der Performer spielt das Thema in der Hinsicht eine eher untergeordnete Rolle, als dass sie keine stark ausgeprägte Bindung an das Quartier haben. Sie zeigen zwar eine Affinität zu urbaner Vielfalt, aber auch sie bevorzugen eher gehobene und entsprechend hochpreisige Quartiere, sodass die Zusammensetzung der Nachbarschaft entsprechend ausfallen wird. Sie leben weniger häufig in Nachbarschaften, in denen auch statusschwächere Menschen leben. Auf diese Weise gilt auch hier, dass Berührungspunkte zu eben solchen Milieus tendenziell nicht gegeben sind. Die Tatsache, dass die unmittelbare Umgebung bzw. Nachbarschaft keine dominante Rolle spielt, trägt zusätzlich dazu bei, dass auch das Thema Integration und Zusammenleben vor Ort im Vergleich zu anderen Milieus (wie z. B. den Liberal-Intellektuellen) keine große Relevanz zu haben scheint.

Und wie lassen sich die Gesellschaftlichen Leitmilieus ansprechen?

Gerade für Konservativ-Etablierten scheint es mit Blick auf die Handlungsfelder Integration und Bildung vor Ort aus ihrer Sicht und in ihrer unmittelbaren Umgebung kaum Handlungsbedarf zu geben. Bildung und damit zusammenhängende Themen haben kaum noch Relevanz, ebenso verhält es sich mit Integration und Zusammenleben in der Nachbarschaft. Grundsätzlich ist aber davon auszugehen, dass ihnen an der Entwicklung ihrer Stadt im weitesten Sinne gelegen ist. Ansprechbar sind sie, ebenso wie die Liberal-Intellektuellen, auf der Ebene des Gemeinwohls. Ihre Art, sich für solche Themen einzusetzen, wird wohl auf einem eher abstrakten Level stattfinden. Die Daten aus der vhw-Trendbefragung 2010 zeigen, dass sich die Gesellschaftlichen Leitmilieus überdurchschnittlich oft an Bürgerdialogen beteiligen (Details dazu im Modul „Partizipation und Engagement“). Allen Milieus dieses Segments ist gemein, dass sie, wenn sie sich beteiligen und engagieren, auch aktiv mitwirken und gestalten wollen. Auf „Alibiveranstaltungen“ oder reine Informationsveranstaltungen werden sie sich nicht einlassen.

Die Konservativ-Etablierten geben dabei auffallend oft an, dass sie eine Partei vor Ort unterstützen oder an moderierten Planungsverfahren teilnehmen. Das lässt darauf schließen, dass sie eher das „große Ganze“ im Blick haben und weniger kleinräumlich aktiv werden. Bei kleineren Aktionen vor Ort zur Stärkung des Zusammenhalts im Quartier wird man sie dann vielleicht eher als Sponsoren antreffen, um das Vorhaben eventuell mit finanziellen Mitteln zu unterstützen. Denkbar wäre hier auch, dass sie sich im Organisationskomitee verpflichten und im Hintergrund agieren und eben das Gesamtbild im Auge behalten. Ihre Bereitschaft, sich in Parteien zu engagieren, spricht auch dafür, dass sie sich eher als Interessenvertreter sehen und eben auf diese Art und Weise aktiv werden.

Die Liberal-Intellektuellen wie auch die Performer lassen sich in den Bereichen Bildung und Integration, aber auch mit Blick auf das Thema Wohnen gut ansprechen. Bei den Performern muss allerdings ein klarer Nutzen erkennbar sein. Sie sind „Kosten-Nutzen-Rechner“, denn Zeit ist Geld. Wenn sie keinen absehbaren Erfolg erkennen können, haben sie mit einem Rückzug aus oder einem Abbruch eines Projekts kein Problem. Was also bringt ihnen ein Engagement in Sachen Bildung und Integration, welchen Mehrwert kann ein solches Engagement haben? Sie also zu einer Diskussionsrunde mit unklarem Ausgang einzuladen, in der Befindlichkeiten ausgetauscht werden, ist wenig erfolgversprechend.

Dabei stehen gerade Performer neuen Einflüssen, Vielfalt und Fremdem toleranter und aufgeschlossener gegenüber. Deshalb ist es vorstellbar, dass sie sich gerade im Bereich

Integration mit der richtigen Begründung und einem klar definierten und kommunizierten Ziel (und Mehrwert) in diesem Bereich engagieren. Zudem ist es denkbar, dass sie sich in ihrem direkten Wohnumfeld für Möglichkeiten einsetzen, um ihre Nachbarschaft zu beleben und attraktiver zu gestalten, beispielsweise mit neuen Restaurants, Kneipen oder Bars.

Für die Liberal-Intellektuellen ist eine Beteiligung der Bürger in Quartier und Nachbarschaft überdurchschnittlich wichtig. Sie sind für Themen wie Wohnen, Integration und Bildung (vor Ort) sehr empfänglich und weisen ein hohes Maß an Engagement auf. Sie sind in der Lage, Sachverhalte und Probleme zu analysieren. Sie gehen den Dingen gerne auf den Grund und können dabei wichtige neue Blickwinkel aufzeigen. Sie tendieren ebenfalls dazu, die Dinge mit Blick auf das Gemeinwohl anzupacken. Zum einen lassen sie sich also gut auf dieser Ebene ansprechen. Zum anderen sollte dabei beachtet werden, dass sie ihre eigene Definition von Gemeinwohl haben können und das eben nicht jedem passen muss.

Kritisch-kreative Milieus

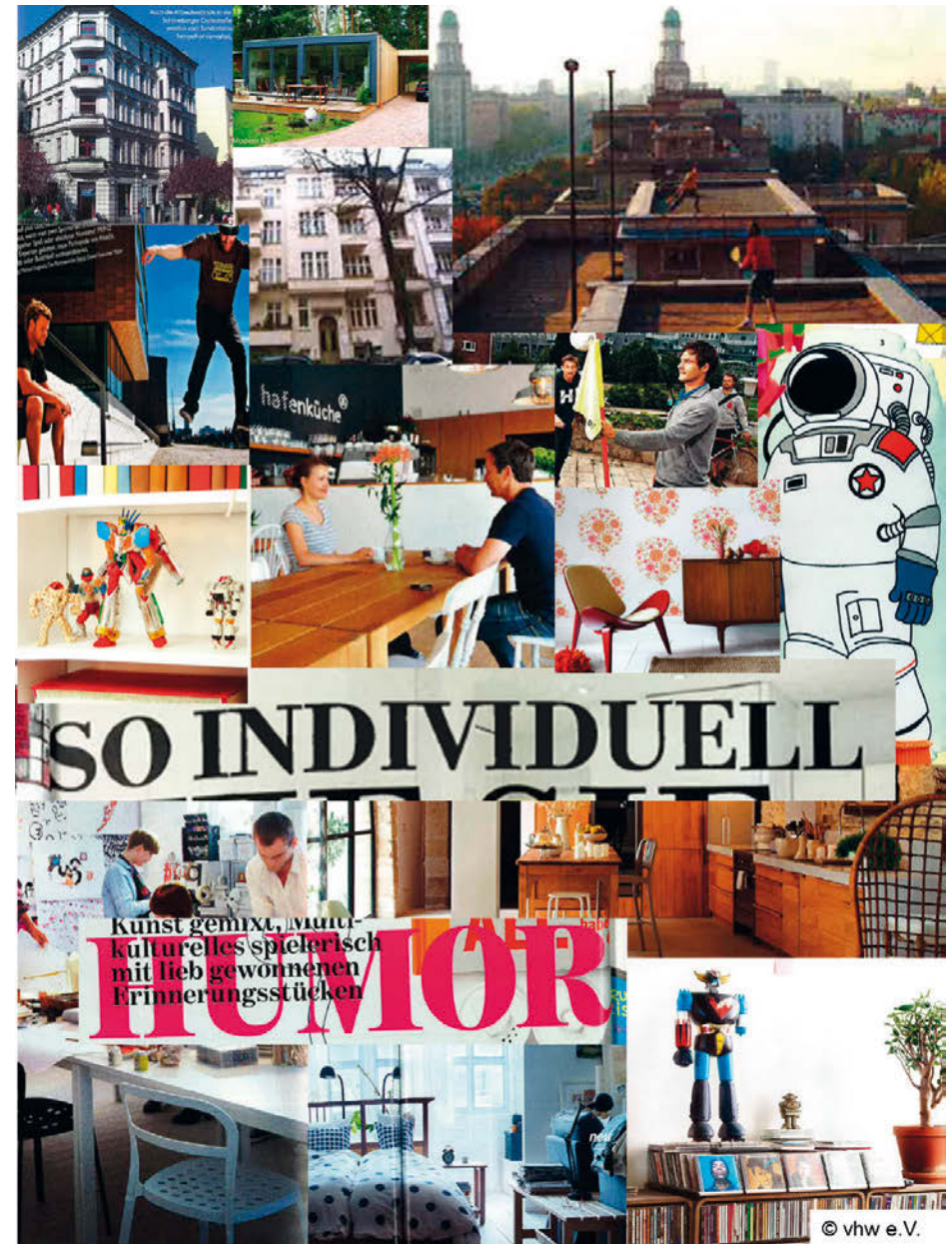
Sowohl die Expeditiven als auch die Experimentalisten bevorzugen das städtische Leben. Eine urbane Umgebung trägt ihrem Wunsch nach einem anregenden und lebendigen Lebens- und Wohnumfeld Rechnung. Wohnen hat bei ihnen oft (in jeder Hinsicht) noch einen Übergangscharakter.

Wohnen

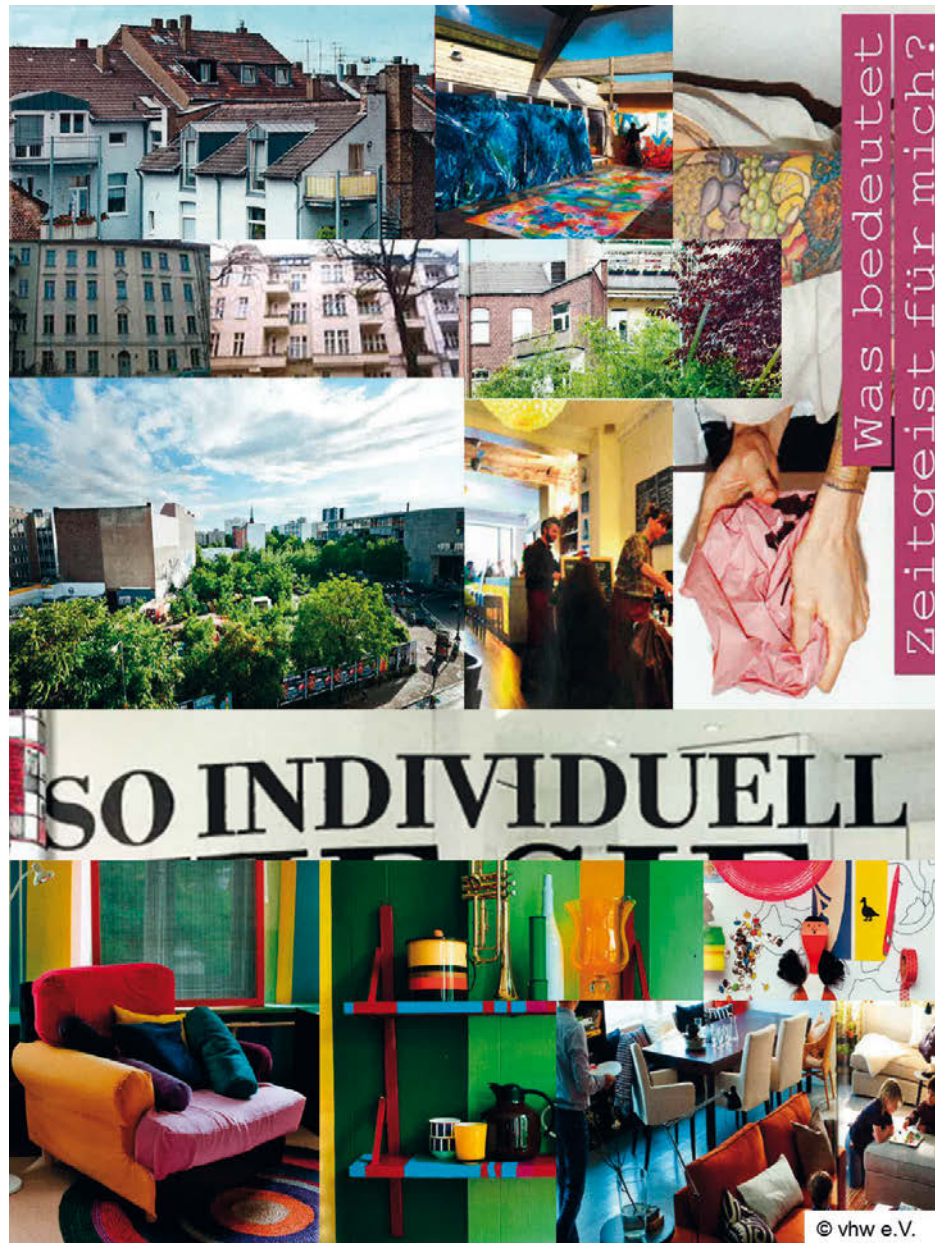
Gerade die Exeditiven stehen sehr oft erst am Anfang ihrer Unabhängigkeit und beruflichen Laufbahn. Unbedingt zu bedenken ist bei den Exeditiven in diesem Zusammenhang, dass viele noch bei den Eltern wohnen. Meistens befinden sie sich in einer Lebensphase, in der vieles erst im Aufbau ist, und auch deshalb sind sie mental und räumlich sehr flexibel. Die Exeditiven sind ein sehr mobiles Milieu, und in vielen Aspekten des täglichen Lebens haben sie sich noch gar nicht festgelegt. Sie wollen sich in ihren jungen Jahren auch noch nicht festlegen, denn ihr Credo ist das Ausprobieren und Testen ihrer eigenen Grenzen.

Hinzu kommt, dass beide Milieus im Segment der Kritisch-Kreativen überdurchschnittlich oft noch nicht über ein eigenes Einkommen verfügen, und wenn doch, dann fällt dieses im Vergleich zu anderen Milieus eher gering aus. So ist ihre bevorzugte Wohn-

So könnten die Expeditiven wirken ...



So könnten die Experimentalisten wohnen ...



form oft auch praktisch bestimmt und muss eben diesem Lebensstil Rechnung tragen: Sie wohnen hauptsächlich zur Miete und überdurchschnittlich oft in Wohngemeinschaften. Wohnen hat für diese Milieus oft noch Übergangscharakter; man muss und möchte flexibel bleiben, kann sich noch nicht fest an Stadt und Wohnung binden, denn es ist nicht klar, wohin einen das Leben als Nächstes verschlägt.

Beide Milieus haben eine ausgeprägte Präferenz für „hippe“, lebendige und zentrale urbane Lagen, also die Trend-Quartiere, die sich in den meisten (Groß-)Städten ausmachen lassen. Vor allem die Expeditiven, das mit Abstand jüngste Milieu und zum Großteil noch in der Ausbildung, drängen in die Innenstädte. Frei nach dem Motto „Mittendrin statt nur dabei“ wollen sie das Leben unmittelbar spüren, am Puls der Zeit sein, und das lässt sich am Stadtrand nur schwerlich. Allerdings sind sie hinsichtlich der Miete oft mit einem Preisdruck konfrontiert und nicht immer können sie sich ihre präferierten Wohnlagen und Wohnqualitäten leisten. Dennoch sind sie im Bereich Wohnen immer auf der Suche nach Individualität und dem Besonderen, etwas, was nicht (oder im besten Fall keiner) hat. Wenn es um das Wohnen geht, sind sie auf der Suche nach einer „weißen Tafel“, die ihnen den Raum bietet, ihre Individualität auszuleben. So präferieren sie flexible Grundrisse ohne festgelegte Nutzungen oder Funktionen, z. B. mit einer kombinierten Nutzung von Räumen, mit offenen Wohnflächen und Wohnküchen. In jedem Fall sollte sich nach Möglichkeit auch hier ihre Individualität aus- und leben lassen, Entfaltungsspielraum (auch für die eventuelle Familienplanung) vorhanden sein.

Ihr Art und Weise zu Wohnen variiert oft zwischen Trendsettern und Improvisation (also Stilmöbel vs. Ikea). Sie wollen einerseits individuell und stilvoll wohnen, können sich das jedoch häufig (noch) nicht leisten. So kann es gut sein, dass zu Tischen umfunktionierte Europaletten und ausgewählte Designerstücke, die vielleicht preiswert bei „eBay“ ersteigert wurden, in einem Raum aufeinandertreffen. Auch der Sperrmüll an der nächsten Straßenecke kann das eine oder andere Stück bieten, das sich restaurieren und aufpolieren lässt und so zur Einrichtung dazugehört. Ihr Einrichtungsstil hat tendenziell in zweierlei Hinsicht Übergangscharakter: Zum einen fehlen ihnen die finanziellen Mittel, um sich so einzurichten, wie sie es sich wünschen (individuell, anders, mit Stil). Zum anderen ziehen sie mit aller Wahrscheinlichkeit noch einige Male um (oder gerade erst aus); hochwertiges Mobiliar kommt also auch aus diesem Grund nicht infrage. Stattdessen sollte es sich dem flexiblen Lebensstil der Experimentalisten und Expeditiven „anpassen“.

Zu beachten gilt, dass beide Milieus zwar Individualität mit Blick auf das Wohnen benötigen, allerdings spielt dieses Thema für die Experimentalisten eine weniger große Rolle als für die Expositiven. Sie werden nicht so viel Wert auf eine „hippe“ Einrichtung legen wie die Expositiven. Auch hier wird es Widersprüche im Einrichtungsstil geben, allerdings sind diese mitunter den eingeschränkten finanziellen Mitteln geschuldet denn einem ausgeprägten Stilbewusstsein.

Entsprechend ihrem flexiblen und mobilen Lebensstil unterscheiden sie sich in ihrem Verhältnis zu Quartier und (unmittelbarer) Nachbarschaft zum Teil stark von einigen anderen Milieus. Auch mit Blick auf die Ansprüche an Quartier und Nachbarschaft weichen sie in ihrer Priorisierung bestimmter Aspekte (wie beispielsweise der Zusammensetzung der Nachbarschaft und der Wohnlage) von anderen Milieus ab.

Quartier und Nachbarschaft

Wohnen an sich hat für die beiden Milieus des Kritisch-kreativen Segments im Vergleich zu anderen Milieus tendenziell eine untergeordnete Bedeutung in dem Sinne, als dass sie nicht nach einer endgültigen Wohnung oder dem Haus suchen, in dem sie den Rest ihres Lebens verbringen wollen. Wo andere Milieus viel Wert auf Qualität und Bedeutung von Wohnen, Quartier, Nachbarschaft legen, setzen die Kritisch-kreativen Milieus andere Prioritäten. Wichtig ist ihnen vor allem ein kreatives Wohnumfeld. Das heißt einerseits, dass sich das Wohnumfeld aus einer vielfältigen Nachbarschaft zusammensetzen sollte. Sie sind sehr offen gegenüber multiethnischen und statusschwächeren Nachbarschaften. Je vielfältiger die Nachbarschaft, desto wohler fühlen sie sich, denn Vielfalt ist für sie Anregung und Bereicherung zugleich. Sie integrieren diese Vielfalt in ihr Leben und haben somit großes Potenzial, um Brücken in der Nachbarschaft zu bauen. Eine gute Integration der Migranten, die in ihrem Umfeld bzw. ihrer Nachbarschaft leben, ist ihnen wichtig und liegt ihnen tendenziell mehr am Herzen als anderen Milieus.

Sie haben eine hohe Toleranz, was ihr Wohnumfeld angeht – sie akzeptieren und tolerieren viele Aspekte, die für andere Milieus Umzugskriterien wären. So müssen die Wohnungen nicht zwingend komplett saniert sein. Ein teilsanierter Altbau ließe auch viel mehr Raum für die eigene Entfaltung und Individualität. Wo andere Milieus viel Wert auf eine ruhige oder gar verkehrsberuhigte Wohngegend legen, macht diesen Milieus Verkehrslärm nicht viel aus – wer urban und lebendig wohnen möchte, nimmt das eher in Kauf.

Auch in Bezug auf die Nachbarschaft zeigen sie eine hohe Toleranz. Grundsätzlich bevorzugen sie ein vielfältiges Umfeld und sind anderen Menschen gegenüber sehr aufgeschlossen und tolerant.

Aus ihrer Sicht besteht ein anregendes und kreatives Umfeld auch darin, dass es in der Umgebung genügend Orte gibt, an denen sich eben kreativ leben lässt. Bars, Kneipen, Szenelokale, Clubs, Kinos bieten ihnen vielfältige Möglichkeiten. Zudem sollte dieses Umfeld ihnen auch die Möglichkeit und den Raum geben, eventuell selber etwas auf die Beine zu stellen, beispielsweise mit Freunden eine eigene Bar zu eröffnen. So individuell, wie sie selber leben wollen, so wollen sie auch ihr Umfeld gestalten.

Sie haben jedoch im Vergleich zu anderen Milieus keinen starken Bezug zu ihrer direkten Nachbarschaft. Das heißt, Nachbarn, die im selben Haus wohnen, muss man nicht zwingend kennen. Man grüßt sich vielleicht, wenn man sich im Hausflur begegnet, aber weiter muss die Beziehung nicht zwingend reichen. Das mag auch ein Grund sein, warum gerade die älteren Nachbarn Vorbehalte ihnen gegenüber haben können. Man wohnt zwar in der gleichen Gegend, im selben Haus, aber viel Wert auf einen gepflegten Umgang scheinen sie (aus Sicht der älteren Anwohner) nicht zu legen. Stattdessen kann es durchaus vorkommen, dass sie mit ihrem Lebensstil eher negativ auffallen, z. B. durch die eine oder andere Party.

Das Leben findet für beide Milieus nicht zwingend in der unmittelbaren Umgebung und Nachbarschaft statt. Andere Stadtteile können ebenso eine Rolle spielen; auch in der Hinsicht sind sie flexibel und mobil.

Neben Möglichkeiten und Räumen, in denen sie ihre Freizeit verbringen, sind je nach Lebensphase aber auch andere Dinge im Umfeld wichtig: Sie sind und wollen mobil sein, sodass der öffentliche Personennahverkehr für sie eine nicht unerhebliche Rolle spielt. Eine gute Anbindung ist wichtig, damit sie sich frei im Raum bewegen können, nicht an einen Ort gebunden sind.

Je nachdem, in welcher Lebensphase sie sich befinden, priorisieren sie wichtige Aspekte in ihrem Quartier voraussichtlich unterschiedlich: Haben sie Kinder, dann werden ihnen Dinge wie Kindergärten und Schulen wichtiger sein. Und gerade bei den jungen Expositiven mag sich hier noch die Bedeutung einer guten eigenen Ausbildung und eines guten Angebots an Arbeitsplätzen vor Ort zeigen.

Auch die vergleichsweise große Bedeutung der Beteiligung von Bürgern an den Entscheidungen von Stadt bzw. Gemeinde fällt hier auf. Die Datenlage lässt darauf schlie-

Ben, dass hier ihr Interesse an Mitgestaltung deutlich wird. Sie wollen ihr Quartier und ihr direktes Lebensumfeld gerne mitbestimmen, aktiv daran teilhaben und mitmachen.

Bildung

Bildung ist im Milieusegment der Kritisch-Kreativen besonders den Expeditiven sehr wichtig. Oft befinden sie sich selber noch in der Ausbildung, sodass Bildung bzw. entsprechende Institutionen vor Ort für sie selber eine hohe Priorität haben. Aber auch, wenn sie ihre Ausbildung abgeschlossen haben, muss es gute Angebote für Weiterbildungen geben, will man sie im Quartier, in einem Stadtteil oder aber in einer Stadt halten. Sie sind mitunter sehr ehrgeizig; und dieser Ehrgeiz weiterzukommen, sich im Leben zu behaupten, muss „bedient“ werden. In diesem Zusammenhang gilt bei den Expeditiven ganz besonders zu bedenken, dass vieles in ihrem Leben Übergangscharakter hat. Wenn sie das Gefühl haben, sie kommen nicht weiter (oder in anderen Worten: es wird ihnen zu langweilig), dann sind sie durchaus bereit umzuziehen an einen Ort, der ihnen mehr Perspektiven bietet.

Für die Experimentalisten spielt Bildung auf den ersten Blick keine Rolle – in Sachen Fort- und Weiterbildung sind sie nicht so ambitioniert wie die Expeditiven. Allerdings spielt Bildung vor Ort, ebenso wie bei den Expeditiven, dann eine Rolle, wenn sie selber Kinder haben. Kindertagesstätten und gute Schulen in der Umgebung werden dann wichtig und gewinnen an Bedeutung. In solchen Fällen werden dann auch Wohnentscheidungen unter diesen Gesichtspunkten getroffen: Findet man die gewünschten Voraussetzungen vor Ort? Gibt es Kindertagesstätten bzw. gute Schulen in der Umgebung? Wie für viele andere Milieus gilt auch hier, dass die Sensibilität auch gegenüber Verkehrsbelastungen und Lärm steigt, sobald die Phase der Familiengründung beginnt.

Integration

Beide Milieus in diesem Segment wünschen sich ein vielfältiges Umfeld. Sowohl Experimentalisten als auch Expeditive sind anderen Kulturen und neuen Eindrücken gegenüber sehr offen und sehen sie als persönliche Bereicherung für ihr eigenes Leben. Sie leben und lieben Vielfalt und Integration. Berührungsängste haben sie dementsprechend nicht.

Vor allem die Experimentalisten leben noch öfter als die Expeditiven in einem Umfeld, in dem häufig auch statusschwächere Milieus (Traditionelle, Prekäre und Konsum-Hedonisten) leben. Im Umfeld der Expeditiven spielen diese Milieus eine nicht so starke Rol-

le. Dennoch suchen gerade die Expeditiven überdurchschnittlich öfter Kontakt zu den Migranten (auch jenen, die sich tendenziell eher abgrenzen) ihrer Nachbarschaft wie auch zu sozial schwächeren Menschen. In beiden Fällen sehen sie diesen Kontakt als eine Bereicherung für ihr eigenes Leben. Von Menschen mit anderen Wurzeln und anderen Lebensstilen können sie lernen und den eigenen Horizont erweitern. Ähnlich verhält es sich mit dem Milieu der Experimentalisten – auch sie haben vor allem mit sozial schwächeren Menschen überdurchschnittlich oft Kontakt. Auch sie stehen anderen Menschen offen gegenüber. Da aber in ihrem Wohnumfeld statusschwächere Milieus präsenter sind, stellen sich hier andere Herausforderungen mit Blick auf Kommunikation und „Bridging“ im Quartier.

In diesem Sinne sind beide Milieus offen, bieten ein ausgeprägtes Kohäsionspotenzial und zählen zu jenen Milieus, die eine Brückenfunktion für weniger gut integrierte Milieus übernehmen können.

Und wie lassen sich die Kritisch-Kreativen ansprechen?

Je nach Lebensphase zeichnet sich der Lebensstil dieser beiden Milieus durch einen gewissen Übergangscharakter aus: Was heute aktuell und interessant ist, kann morgen schon überholt sein. Dementsprechend schwer sind sie „zu greifen“. Will man sie in die zukünftige Entwicklung von Stadt und Quartier einbeziehen, so lassen sie sich nur schwer für langfristige Projekte gewinnen. Wenn sie sich für eine Planung über einen nicht absehbaren Zeitraum engagieren, so ist die Wahrscheinlichkeit recht hoch, dass sie deren Ausgang nicht miterleben, weil sie bis dahin umgezogen sind oder andere Dinge aus ihrer Sicht interessanter und erfolgversprechender sind. Sie lassen sich aber durchaus für kurzfristige Projekte gewinnen, beispielsweise mit Blick auf die Zwischennutzungen von Ladenflächen, in denen sie ihre eigenen Projekte, Vorhaben und Ideen verwirklichen können und gleichzeitig (kreative) Arbeitsplätze schaffen können. Auf diese Weise nehmen sie auch aktiv an der Gestaltung ihres Umfelds teil, geben etwas und engagieren sich voll und ganz. In solchen Projekten sehen sie Sinn; hier springt auch etwas für sie heraus, und sei es erst einmal „nur“ Spaß.

Ebenso kann es sich mit Projekten zur Integration von Migranten oder sozial schwächeren Menschen verhalten. Sind diese Projekte kurzfristig umsetzbar und auf absehbare Zeit erfolgversprechend, so lassen sie sich mit Sicherheit schnell dafür gewinnen. Als Beispiel wäre hier unter anderem der Bundesfreiwilligendienst zu nennen, der sich nicht nur an diese Gruppe wendet, mit Sicherheit aber ansprechend sein kann. Hier hätten sie die Möglichkeit, für sie neue Menschen und entsprechend andere Einflüsse und

Kulturen nicht nur zu erleben, sondern auch zu erfahren und daran zu wachsen. Solche Projekte sind außerdem auch sehr konkret, wenden sich direkt an Menschen, zielen nicht auf etwas „Abstraktes“ wie Allgemeinwohl ab. Sie haben ein bestimmtes Ziel, und im Idealfall sind solche Projekte schnell erfolversprechend.

Gerade wenn sie sich in der Phase der Familiengründung befinden, werden Aspekte wie Kindertagesstätten, Schulen und Sicherheit im Wohnviertel wichtiger. In dieser Phase werden sie dann wohl auch für diese Themen eher zu gewinnen sein. Es ist davon auszugehen, dass sie sich dann auch auf langfristige Vorhaben einlassen. Aber auch hier muss ihrem Bedürfnis nach Mitgestaltung ebenso Rechnung getragen werden wie der Tatsache, dass man sie mit abstrakten Themen nicht gewinnen kann. Ein Appell an das Allgemeinwohl wird hier ebenfalls nicht ausreichen. Je konkreter das Thema ist, desto eher wird man sie gewinnen können.

Bürgerlicher Mainstream

In den hier aufgeführten Handlungsfeldern stechen unter den drei Milieus des Bürgerlichen Mainstreams besonders die Adaptiv-Pragmatischen hervor. Sie sind ein recht junges Milieu und befinden sich in einer anderen Lebensphase und Lebenssituation als die Sozialökologischen und die Bürgerliche Mitte. Damit gehen auch unterschiedliche Bedürfnisse und Ansprüche innerhalb der Themen der Stadtentwicklung einher. Die Adaptiv-Pragmatischen befinden sich überdurchschnittlich oft noch in der Ausbildung und in der Phase der Familiengründung (Details hierzu im Modul „Milieuportraits“). Letztere haben Sozialökologische und Bürgerliche Mitte zumeist hinter sich gelassen und setzen mitunter andere Prioritäten. Das spiegelt sich in den Handlungsfeldern wider.

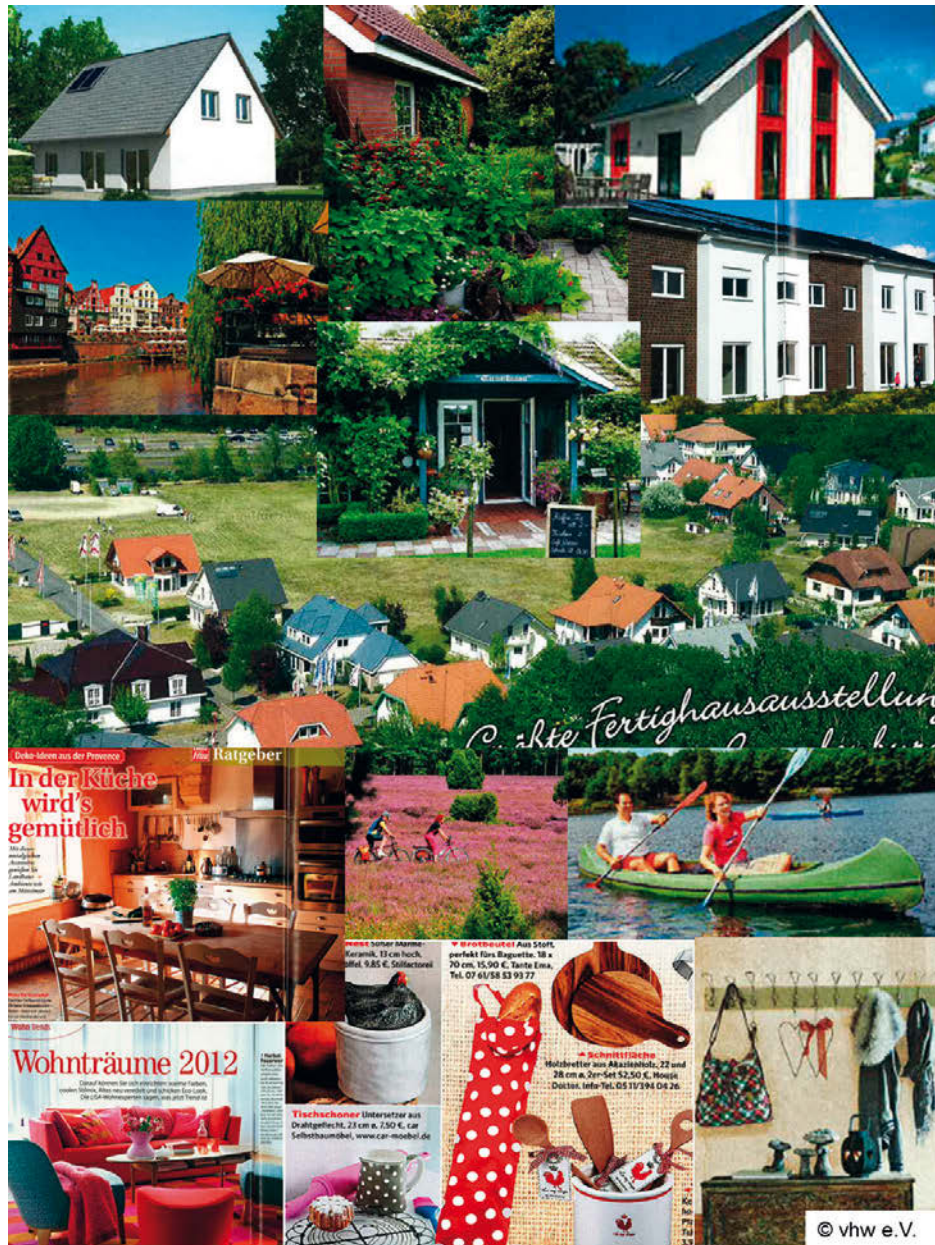
Wohnen

Gemeinsam ist den Milieus des Bürgerlichen Mainstreams, dass ihre Familienorientierung auch mit Blick auf das Handlungsfeld Wohnen eine große Bedeutung hat. Gerade die Adaptiv-Pragmatischen weisen hier in einigen Aspekten Parallelen zur Bürgerlichen Mitte auf. Gemein ist auch allen Milieus, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis im Bereich Wohnen stimmen muss; es werden genaue Abwägungen getroffen, wie man die für sich (und die Familie) am besten geeigneten Wohnverhältnisse schaffen kann. In der Hinsicht neigen sie zum „Cocooning“ (Zurückziehen in die eigene Familie); und die Wohnung bietet besonders in diesem Sinne und als Vorsorge „den sicheren Hafen“,

So könnten die Sozialökologischen wohnen ...



So könnte die Bürgerliche Mitte wohnen ...



So könnten die Adaptiv-Pragmatischen wohnen ...



den sie suchen. Hier soll es harmonisch zugehen, hierhin kann man sich zurückziehen und sich wohlfühlen. Diese Tendenz lässt sich auch in Bezug auf das Handlungsfeld Nachbarschaft und Quartier ausmachen.

Die Bürgerliche Mitte bevorzugt eher Randlagen – sie sind nur selten innenstadtnah oder gar im Zentrum von Städten zu finden. Häufig leben sie in kleinteiligen, überschaubaren Strukturen, also Einfamilienhäusern, Reihenhäusern oder Doppelhaushälften. Zu Mehrfamilienhäusern zieht es die Bürgerliche Mitte nur selten; allenfalls zeigen die statusschwächeren unter ihnen Affinität für den gepflegten Zeilenbau. Grundsätzlich strebt die Bürgerliche Mitte an, „etwas Eigenes“ zu haben. Dabei muss vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen. Mit dem, was ihnen finanziell möglich ist, versuchen sie, das für sie Optimale umzusetzen. Typischerweise geht es ihnen finanziell zwar meist nicht schlecht, doch sind gerade sie durch die Krisen und Reformen der letzten Jahre (Agenda 2010 u.ä.) deutlich verunsichert worden. Sicherheit und Absicherung ist unter den neuen Bedingungen noch wichtiger geworden, und damit auch das eigene Heim als Vorsorge und als „sicherer Hafen“ für sich und die Familie, der man ein harmonisches Zuhause bieten möchte. Die heutige Bürgerliche Mitte hat dieses Ziel meist schon realisiert, während die Adaptiv-Pragmatischen häufig noch auf den Eigentumserwerb hinarbeiten.

Die Adaptiv-Pragmatischen sind im Vergleich zu den anderen beiden Milieus des Mainstreams stärker urban orientiert. Sie sind jünger, moderner und manchen Realitäten näher als die Bürgerliche Mitte. Für sie ist Stadt nicht mehr ein grundsätzlich Angst einflößender Lebensraum, sondern eine vollwertige Alternative zu geringer verdichteten Siedlungen. Der Großteil der Adaptiv-Pragmatischen lebt aktuell zur Miete, aber sie haben eine hohe Eigentumsneigung. Auch sie wollen, wie die Bürgerliche Mitte, ein eigenes Heim, das Sicherheit bietet, aber anders als bei der Bürgerlichen Mitte kommt dafür durchaus auch eine Eigentumswohnung in der Stadt infrage; sie sind nicht eindeutig auf Einzel- oder Reihenhäuser festgelegt.

Adaptiv-Pragmatische sind ebenfalls stark familienorientiert, befinden sich oft (noch) in der Phase der Familiengründung und für die Familie soll dann sozusagen ein „Nest“ geschaffen werden. Gleichzeitig befinden sich viele der Adaptiv-Pragmatischen selbst noch in der Ausbildung, was wiederum mit anderen Ansprüchen an Wohnen einhergeht und vor allem finanzielle Einschränkungen bedeuten kann. Folglich gibt es in diesem Milieu eine große Variation an Wohnformen. Oft sind sie noch nicht „angekommen“ und viele Dinge sind noch „Träume“, die auf Verwirklichung warten oder „das große Ziel“ sind.

Die Sozialökologischen haben im Vergleich zu den Adaptiv-Pragmatischen nur eine geringe Affinität zu zentralen Lagen. Wie die Bürgerliche Mitte tendieren sie eher zu Vororten bzw. peripheren Lagen. Die Wohnformen reichen bei den Sozialökologischen von eher kleinräumigen Strukturen wie Einfamilienhäusern und Doppelhaushälften bis zu kleineren Mehrfamilienhäusern (z.B. mit bis zu sechs Parteien). Sie sind ein sehr verantwortungsbewusstes Milieu und damit sehr empfänglich für ökologische Themen. Das kann durchaus auch auf den Bereich Wohnen, wie z.B. energetische Sanierung, zutreffen. Das gilt im Übrigen auch für die Bürgerliche Mitte, denn es gehört inzwischen zum „guten Ton“ sich für die Umwelt und damit im Zusammenhang stehende Themen einzusetzen.

Quartier und Nachbarschaft

Für alle Milieus des Bürgerlichen Mainstreams bildet die Nachbarschaft einen direkten lebensweltlichen Bezugsraum. Innerhalb des Quartiers bzw. der Nachbarschaft legen sie jedoch Wert auf unterschiedliche Aspekte.

Der Bürgerlichen Mitte ist in erster Linie an Sicherheit im Quartier gelegen. Wohnen und Nachbarschaft bilden für sie den „Nukleus“ der eigenen Lebenswelt, und hier sind sie auf ein harmonisches und eben sicheres Miteinander bedacht. Allerdings ist für sie eine wohnortnahe Infrastruktur (u. a. in Form von Einkaufsmöglichkeiten) nicht ausschlaggebend dafür, sich für oder gegen ein Quartier zu entscheiden. Mit dem Auto (seltener dem ÖPNV) werden etwaige Distanzen zu Einkaufs-, Freizeit- und Bildungsangeboten gerne in Kauf genommen. Das Umfeld, in dem sie leben, setzt sich meist aus Menschen zusammen, die ihnen im Lebensstil recht ähnlich sind, wie beispielsweise auch Traditionelle, denen ebenfalls an Sicherheit und Ordnung in der Nachbarschaft gelegen ist. In ihrem Umfeld trifft man öfter auch Sozialökologische und (etwas bürgerlichere und bodenständigere) Liberal-Intellektuelle an. Wichtig ist eine gewisse Überschaubarkeit; zu große Anonymität wäre ihnen z. B. nicht recht. Die direkte Umgebung muss berechenbar sein, man muss sich untereinander vertrauen können. In einem Quartier, in dem vor allem Konsum-Hedonisten leben, würde die Bürgerliche Mitte sich also nicht wohl oder sicher fühlen. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass für die Bürgerliche Mitte das Preis-Leistungs-Verhältnis und die gefühlte Sicherheit im Umfeld passen müssen. Ist Letztere nicht gegeben, reagieren sie öfter sensibel und ziehen in für sie attraktivere (also ruhigere, sichere) Wohnlagen.

Auch für die Adaptiv-Pragmatischen spielt das direkte Umfeld eine große Rolle in Lebenswelt und Alltag. Jedoch fallen in der Priorisierung einzelner Aspekte Unterschiede

zu den anderen beiden Milieus des Mainstreams auf. So spielt beispielsweise die wohnortnahe Bildungsinfrastruktur vor Ort und eine gute Anbindung an den ÖPNV eine weitaus größere Rolle für sie als für die Bürgerliche Mitte, und zwar nicht nur für die eigenen Kinder, sondern zu Teilen auch für sie selber. Zudem legen die Adaptiv-Pragmatischen auch größeren Wert darauf, in ihrem Wohnumfeld genügend Möglichkeiten der Freizeitgestaltung zu haben, wie Bars, Cafés oder Kinos. Sie stehen Vielfalt im Quartier offener gegenüber als die Bürgerliche Mitte und sehen diese als eine Bereicherung für ihr eigenes Leben. Sie bevorzugen lebendigere Stadtteile; Überschaubarkeit spielt in diesem Zusammenhang keine große Rolle. Sind Kinder im Spiel, verändert sich diese Präferenz tendenziell hin zu ruhigeren Wohnlagen, die vor allem für die Bedürfnisse von Kindern besser geeignet zu sein scheinen. In diesem Fall reagieren sie auf latente Unsicherheiten empfindlicher und sehen sich gegebenenfalls nach einer neuen Wohngegend um, in der beispielsweise die Bildungsinfrastruktur eher ihren Anforderungen entspricht.

Sozialökologische verbringen gerne viel Zeit vor Ort (also in Quartier und Nachbarschaft) und benötigen dazu die entsprechende Infrastruktur. So spielt bei der Wohnungswahl in diesem Zusammenhang die wohnortnahe Bildungsinfrastruktur eine Rolle. Es ist aber auch denkbar, dass Möglichkeiten der Freizeitgestaltung von Bedeutung sind. Ein Quartier mit entsprechenden „anregenden“ Optionen scheint ebenfalls wichtig zu sein: Orte, an denen man sich mit Freunden und Bekannten treffen und seine Freizeit sinnvoll gestalten kann. Sozialökologische reagieren besonders sensibel auf das Thema Verkehr bzw. Verkehrsberuhigung und zeigen eine große Bereitschaft zur Partizipation vor Ort. Kritisch sehen sie allerdings die Ansiedlung von Unternehmen vor Ort. Hier wird es aller Wahrscheinlichkeit nach eine Rolle spielen, um welche Art von Unternehmen es sich handelt; grundsätzlich kann aber die Befürchtung einer Veränderung des Quartiers der Grund für die Ablehnung sein. Denn mit der Ansiedlung von Unternehmen sind nicht nur positive Aspekte verbunden, sondern auch negative Veränderungen, wie beispielsweise ein erhöhtes Verkehrsaufkommen und damit einhergehend erhöhte Lärm- und Schmutzbelastungen.

Bildung

Für die Bürgerliche Mitte scheint dieses Thema zunächst weniger Relevanz zu haben. Tendenziell lassen sie sich aber auch für dieses Thema über die eigenen Kinder gewinnen und interessieren. Zudem ist der Partizipationsdruck in diesem Milieu recht hoch; sie haben das Gefühl, sie müssen sich engagieren, sodass sie grundsätzlich für Engage-

mentthemen ansprechbar sind. Allerdings muss ihnen Sinn und Zweck solcher Einsätze eindeutig klar sein. Mit Blick auf das Thema Bildung ließen sie sich z. B. auch über die Enkelkinder gewinnen. Hingegen scheinen Fortbildungsangebote vor Ort keine große Rolle zu spielen. Bildung ist zwar (moderat) wichtig, aber die eigene Ausbildung ist abgeschlossen und man ist zufrieden mit dem, was man hat.

Allerdings trifft man hinsichtlich des Themas Bildung bei den Adaptiv-Pragmatischen wohl in zweierlei Hinsicht auf offene Ohren. Zum einen betrifft das Thema sie nicht selten noch selber, denn ein überdurchschnittlicher Teil dieses Milieus befindet sich noch in der Ausbildung. So hat das Thema ganz direkt für sie mit Blick auf Ausbildungsplätze und Bildungsinfrastruktur vor Ort wesentliche Relevanz. Zum anderen spielt das Thema dann eine Rolle, wenn sie selber bereits Kinder haben (53,5 Prozent der Adaptiv-Pragmatischen geben an, bereits eigene Kinder zu haben – dazu Details im Modul „Milieuportraits“), denn dann werden Einrichtungen wie Schulen und besonders Kitas vor Ort immer wichtiger. In der Kombination mit ihrer hohen Bereitschaft zu Partizipation sollten sie sich gerade für dieses Thema leicht gewinnen lassen, denn es trifft sie meist direkt in ihrer Lebenswelt.

Die Sozialökologischen lassen sich bei diesem Thema über das Gemeinwohl ansprechen. „Etwas Gutes“ tun, sich für andere einzusetzen, macht für sie wohl gerade beim Thema Bildung Sinn. Denn Bildung ist wichtig und grundsätzlich notwendig, um im Leben weiterzukommen, und das gilt aus ihrer Sicht erst einmal für jeden – also sollte man sich, wenn sich die Gelegenheit oder Möglichkeit bietet, auch dafür engagieren. Hinzu kommt, dass auch für sie mit Blick auf die eigenen Kinder Bildungsinfrastruktur eine Rolle spielt – wenn sie Kinder haben, die auf diese angewiesen sind, dann trifft sie das Thema auch direkt in ihrem Alltag und nicht nur auf dem eher abstrakten Level des Gemeinwohls.

Integration

Ein gutes (und harmonisches) Zusammenleben ist allen drei Milieus in diesem Segment wichtig. Jedoch lassen sich auch hier zwischen den Milieus Unterschiede ausmachen.

Die Bürgerliche Mitte ist in der Hinsicht etwa anders aufgestellt, zum einen mit Blick auf ihre direkte Wohnumgebung bzw. Nachbarschaft, in der sich in erster Linie Menschen wie sie selber finden lassen (auch mit Blick auf bürgerliche Migranten), zum anderen aufgrund ihrer anfänglichen Vorbehalte gegenüber Fremdem, was zunächst auf Unbehagen stößt. So zeigen sie zunächst Distanz zu kultureller Vielfalt, verschließen

und sperren sich demgegenüber allerdings nicht. Sie sind offen und versuchen bzw. bemühen sich, den Anschluss zu halten, und in diesem Zusammenhang verspüren sie immer öfter auch den Handlungsdruck, den die Thematik Integration mit sich bringt. Ihre harmonieorientierte Grundeinstellung wird diesen Handlungsdruck mitunter verstärken, sodass sie in diesem Bereich durchaus auf etwaige absehbare Folgen und eventuell auftretende Probleme aufmerksam werden und dann für dieses Handlungsfeld zugänglich sind.

Eine Steigerung dessen zeigen die Adaptiv-Pragmatischen, denn sie haben eine noch stärkere Offenheit und Aufgeschlossenheit gegenüber für sie neuen Einflüssen, Kulturen und ethnischer Vielfalt. Zudem leben sie oft in Quartieren bzw. Nachbarschaften, in denen sie direkte Berührungspunkte zu eben diesen Kulturen und dieser Vielfalt haben. Ihnen liegt sehr viel an einem guten Zusammenleben, sodass die Wahrscheinlichkeit recht hoch ist, dass sie sich für dieses Thema einsetzen. Als Milieu übernehmen sie eine potenzielle Brückenfunktion für interkulturelle Integration.

Auch hier gilt, dass sich die Sozialökologischen wohl recht gut auf einem eher abstrakten Level und dem Appell an das Gemeinwohl ansprechen lassen. Sie leben eher in einem Umfeld, welches durch andere deutsche und tendenziell ähnliche (Migranten-) Milieus dominiert wird, was den direkten Handlungsbedarf im unmittelbaren Wohnumfeld einschränken mag. Sie sind jedoch grundsätzlich offen für Neues, kulturelle Vielfalt und interkulturelles Miteinander, sodass die Partizipationsbereitschaft in diesem Bereich durchaus gegeben ist. Zu beachten gilt dann, dass sie nicht auf dem Level des Gemeinwohls kommunizieren und nicht mit Moral und normativem Denken (nach dem Motto „Ich weiß, was gut ist.“) argumentieren.

Und wie lassen sich die Milieus des Bürgerlichen Mainstreams ansprechen?

Grundsätzlich ist die Bereitschaft zu Partizipation und Engagement in diesem Milieusegment stark ausgeprägt. Ohne sie aber direkt in ihrem Alltag anzusprechen, werden sie sich auf der eher abstrakten Ebene des Gemeinwohls auf lange Sicht nicht gewinnen lassen (die Sozialökologischen bilden in Sachen Gemeinwohl eine Ausnahme). Das gilt gleichermaßen für die Themen Bildung und Integration.

Doch vor allem bei den Adaptiv-Pragmatischen sind die Potenziale bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. Dabei ist davon auszugehen, dass gerade sie sich für die Themen Bildung und Integration auch auf einem ganz alltäglichen Level ansprechen lassen.

Auch sie wären eine Zielgruppe für den Bundesfreiwilligendienst und mit hoher Wahrscheinlichkeit bereit, sich hier für andere einzusetzen und zu engagieren. Gerade die große Bedeutung von Kindern und Familie legt nahe, dass auch Angebote wie Lesepatenschaften für sie im Handlungsfeld Bildung als eine Möglichkeit des Engagements infrage kommen (mit Einschränkung, wenn sie noch keine eigenen Kinder haben). Für das Engagement der Adaptiv-Pragmatischen gilt in allen Handlungsfeldern, Wohnen, Nachbarschaft und Quartier, Bildung und Integration, dass das Ziel der Sache deutlich erkennbar sein muss. Es muss klar kommuniziert werden, was es heißt, in einer Sache Engagement zu zeigen, und was am Ende für sie dabei „herausspringen“ kann. Will man sie also beispielsweise für das Thema Wohnen gewinnen, so sollte es dabei um für sie attraktives Wohnen gehen. Sie sind räumlich oft noch mobil und auf der Suche. Gepaart mit der hohen Eigentumsneigung sind sie eigentlich die idealen Ansprechpartner, wenn es um Stadtentwicklungsprojekte im Bereich Wohnen und Wohnraum geht, z. B. in Form von Baugruppen.

Anders verhält es sich mit der Bürgerlichen Mitte. Sie wohnen oft schon im eigenen Haus, der eigenen Doppelhaushälfte und sind dementsprechend weniger in (räumlicher) Bewegung als die jüngeren Adaptiv-Pragmatischen. In Sachen Wohnen besteht in dieser Hinsicht für sie kaum Handlungsbedarf. Sie sind angekommen und wollen das, was sie sich erarbeitet haben, erhalten, festhalten und nach Möglichkeit noch ein bisschen weiter ausbauen. In diesem Zusammenhang gilt für sie „Eigentum verpflichtet“, man muss sich also auch ein bisschen kümmern, etwas beitragen, wenn es beispielsweise um das Zusammenleben geht. Sehen sie ihre Existenzgrundlage als gefährdet an, dann sind sie gut ansprechbar. Aber auch hier gilt wie bei den Adaptiv-Pragmatischen, dass Handlungsoptionen und deren absehbaren (oder auch angenommenen) Konsequenzen klar und deutlich kommuniziert werden müssen sowie, welche Bedeutung diese für sie selber haben können.

Die Sozialökologischen sind für diese abstrakte und eher theoretisierende Kommunikation schon empfänglicher. Für sie ist Gemeinwohl ein Begriff, den sie selber mit Leben füllen und auf ihre Art und Weise definieren. Daher ist es für sie auch ganz selbstverständlich, dass sie sich für das Gemeinwohl in den hier aufgeführten Themenfeldern einsetzen. Gerade mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit und damit im Zusammenhang stehende soziale Kosten haben sie ein „offenes Ohr“ und sind durchaus bereit, sich hier einzusetzen. Auf die Straße zu gehen und gegen Mieterhöhungen zu demonstrieren, ist die eine Sache, dabei wägen sie aber auch ab, was es wohl heißt, wenn Wohnraum energetisch saniert werden soll und was für Konsequenzen das für

bestimmte Bevölkerungsgruppen bzw. Milieus haben kann und wird. Vorstellbar ist daher, dass die Sozialökologischen jene sind, die durchaus auch Protestveranstaltungen gegen Mieterhöhungen mit organisieren oder sich beispielsweise für die Umsetzung eines interkulturellen Festes in der Stadt einsetzen, um auf diese Weise das Miteinander zu fördern.

Traditionelles Milieu

Die Traditionellen sind in der Milieulandschaft das Milieu mit dem höchsten Altersdurchschnitt: Über 70 Prozent der Traditionellen sind älter als 65 Jahre (Details dazu im Modul „Milieuportraits“). Die hier aufgeführten Handlungsfelder Wohnen, Quartier, Bildung und Integration haben nicht nur deshalb in ihrem Alltag eine andere Relevanz als für einige der anderen Milieus.

Wohnen

Aufgrund des hohen Altersschwerpunkts in diesem Milieu haben sie gerade hinsichtlich des Themas „altersgerechtes Wohnen“ großes Interesse. Die Frage, wie sie auch im hohen Alter ihren Alltag bewältigen und meistern können, ohne dabei auf fremde Hilfe angewiesen zu sein, ist bei ihnen hochaktuell und wird nicht erst innerhalb der nächsten Jahre eine Rolle spielen. Selbstständigkeit ist ihnen wichtig, sich von anderen unterstützen bzw. aus ihrer Sicht bedienen zu lassen, passt deshalb nicht in ihr Selbstverständnis; und in Sachen Wohnen würden sie diesen Wunsch nach Selbstständigkeit auch gerne realisiert sehen. Sie bemerken jedoch, dass es immer schwieriger wird, sich alleine zu versorgen, die einfachen Dinge des Lebens noch alleine „in den Griff zu bekommen“. Das liegt nicht zuletzt daran, dass sie oft schon lange an einem Ort und in ihrem Haus bzw. ihrer Wohnung leben. Die Nachbarschaft und das Wohnumfeld haben sich nicht selten in den letzten Jahren stark verändert, und das nicht unbedingt immer zum Guten. Die Quartiere, in denen sie leben, waren früher mal „bessere Gegenden“ und sie hätten diesen Zustand gerne so erhalten. Stattdessen müssen sie immer öfter beobachten, dass sich das Umfeld immer stärker verändert, Nachbarn, mit denen sie sich gut verstanden haben, wegziehen und die Infrastruktur in ihrer unmittelbaren Umgebung (wie Einkaufsmöglichkeiten) immer weiter wegbricht. Im Zweifel werden aber Defizite von Wohnung und Wohnumfeld toleriert und hingenommen.

Traditionelle leben eher in peripheren Lagen und zeigen eine überdurchschnittliche Präferenz für ländliche Gegenden. Sie bevorzugen kleinräumige Wohnstrukturen, wie

So könnten die Traditionellen wohnen ...



Einfamilienhäuser, sind aber auch oft in Zeilenbauten zu finden. Gerade in der Nachkriegszeit haben sie vor allem zwei siedlungstypische Wohnschwerpunkte gebildet: in älteren, oft kleineren Einzelhaussiedlungen sowie im Zeilenbau der Nachkriegszeit am Stadtrand. Hochverdichtete Stadträume waren dagegen weniger von ihnen präferierte Wohnräume. Oft sind die Traditionellen in solchen Siedlungen der 1960er- und 1970er-Jahre Erstmietler gewesen. Und gerade dieser Umstand wird die Städte in absehbarer Zukunft vor große Herausforderungen stellen: Innerhalb der nächsten 15 Jahre dürfte sich dieses Milieus nach Hochrechnungen in Zahl und Anteil der Traditionellen mehr als halbieren. Die Tatsache, dass bereits heute gerade mal ein Anteil von nur knapp 30 Prozent der Traditionellen jünger als 64 Jahre ist, bestätigt diese Annahme. Dieser drastische demografische Rückgang wird Städte vor die Frage stellen, wie die Nachfolgefrage für den Wohnraum der Traditionellen gelöst werden kann. Die Wohnungen bzw. Häuser, in denen dieses Milieu lebt, sind in Standard, Ausstattung und Schnitt oft veraltet, wurden lange nicht saniert und sind damit für viele potenzielle Nachfolger nicht attraktiv.

Traditionelle lassen sich durch eine extrem niedrige Umzugsmobilität charakterisieren. Zum einen zieht man ihrem Verständnis nach nicht ständig um (wie andere Milieus es machen und das dann als Flexibilität bezeichnen) und zum anderen haben sie schlicht nicht mehr die Energie und die finanziellen Mittel dafür. Aber der Hauptgrund dafür mag wohl darin liegen, dass sie Veränderungen grundsätzlich vermeiden und grundsätzlich alles so bleiben soll, wie es ist. Die eigene Wohnung oder das eigene Haus kann dann durchaus der „sichere Hafen“ in ihrem Alltag sein, in dem sich der Ist-Zustand bewahren und Veränderung vermeiden lässt. So kann es sein, dass sie als sogenannte „Restanten“ (Sie bleiben/verbleiben also in einer Nachbarschaft, die ihnen eigentlich fremd geworden ist.) im Quartier und in einem Wohnumfeld leben, in dem sich viele Veränderungen vollziehen, ohne dass sie selber wirklich daran teilhaben.

Quartier und Nachbarschaft

Wohnung und Nachbarschaft sind das unmittelbare lebensweltliche Zentrum der Traditionellen. Nach Möglichkeit versuchen sie, in ihrem Quartier zu bleiben; sie verlassen ihre Nachbarschaft und die Gegend, die sie kennen, nur ungern. Aus diesem Grund – und aufgrund ihrer Altersstruktur – sind sie auf wohnortnahe Infrastrukturen angewiesen. Der Anspruch auf Selbstständigkeit lässt sich nur schwerlich realisieren, wenn eben diese Rahmenbedingungen nicht gegeben sind. Einkaufsmöglichkeiten und eine gute ärztliche Versorgung (auch Apotheken) direkt vor Ort spielen hier eine große Rolle.

Jedoch bricht diese Art der Infrastruktur für Traditionelle in ländlichen Gegenden immer weiter weg,¹⁶⁴ sodass die Traditionellen gleichzeitig auf eine gute Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr angewiesen sind.

Wichtig ist den Traditionellen auch Sicherheit im Wohnumfeld. Oft nehmen sie Veränderungen in der Nachbarschaft oder im Quartier als negativ wahr, denn grundsätzlich stehen sie Veränderungen distanziert und eher misstrauisch gegenüber. Veränderungen führen bei Traditionellen schnell zu Verunsicherungen, besonders dann, wenn sie diese Veränderungen kaum nachvollziehen können, nicht verstehen und andere, nicht selten statusschwache Milieus oder Migranten in ihr Umfeld ziehen. Fremden Kulturen und Einflüssen stehen sie alles andere als offen gegenüber; tendenziell reagieren sie mit Verunsicherung, Rückzug ins eigene Heim (Cocooning) und im schlimmsten Fall offener Ablehnung.

Dass sich das Umfeld der Traditionellen in den letzten Jahren gewandelt und (zum Teil stark) verändert hat, steht außer Frage. Sie haben lange in Nachbarschaften gemeinsam mit der Bürgerlichen Mitte gelebt, auch statusschwächere Milieus (wie z. B. die Prekären) waren hier der „Normalfall“. Gerade mit der Bürgerlichen Mitte und ihrem Streben nach Harmonie, Ordnung und einem guten Zusammenleben gestaltete sich das nachbarschaftliche Verhältnis unproblematisch. Durch die Präferenzverschiebungen der Milieus, den Wegzug der Bürgerlichen Mitte oder preisliche Veränderungen ist die Nachbarschaft nun oft eine andere und für die Traditionellen ist eine problematischere Nachbarschaft entstanden. Oft sind so polarisierende Strukturen entstanden, in denen Traditionelle beispielsweise mit Konsum-Hedonisten in einem Quartier leben.

Mit der Veränderung „ihres“ Quartiers bzw. Wohnumfelds ändern sich also auch nachbarschaftliche Strukturen, und viele für sie wichtige Strukturen brechen weg. Als Klassiker wäre hier der Tante-Emma-Laden zu nennen, der früher immer eine Möglichkeit bot, dort Nachbarn zu treffen und sich untereinander auszutauschen. Auf diese Art und Weise brechen ihre Kommunikations-, Aktions-, Lebens- und Bezugsräume langsam weg, was ebenfalls zu einem Rückzug aus der „Welt da draußen“ führen kann.

Ein gutes Zusammenleben in Nachbarschaft und Quartier ist ihnen dabei eigentlich sehr wichtig. Allerdings zeigen sie zum Thema Integration eine größere Distanz als einige andere Milieus; ebenso verhält es sich mit Blick auf das Handlungsfeld Bildung.

¹⁶⁴ Der Ärztemangel in ländlichen Regionen wird in Deutschland regelmäßig in der Öffentlichkeit diskutiert, wie z. B. im März 2013 auf SPIEGEL ONLINE: <http://www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/aerztemangel-auf-dem-land-deutschland-sucht-den-landarzt-a-884797.html> [05.04.2013].

Bildung

Bildung, Weiterbildung und lebenslanges Lernen spielen im Alltag der Traditionellen und ihrer Lebenswelt keine Rolle. Dieses Handlungsfeld hat für sie keine Relevanz mehr. Im besten Fall kann es hier um ihre Enkelkinder gehen, für die solche Themen wichtig sind und die eventuell auf Bildungsinfrastruktur vor Ort angewiesen sind. Vielleicht kann man sie dann auch hier erreichen. Ansonsten ist die Wahrscheinlichkeit recht gering, dass man sie bei diesem Thema erreicht; eher sollte man damit rechnen, dass sie in etwa mit „Was hat das jetzt mit mir zu tun?“ reagieren. Dabei gibt es mit Sicherheit Aspekte, die sie ebenfalls interessieren können, und Dinge, bei denen sie sich innerhalb dieses Handlungsfelds einsetzen können, und so ebenfalls besser am Leben in der Nachbarschaft teilhaben können und integriert werden. Allerdings müssen ihnen diese für sie relevanten Aspekte genau aufgezeigt werden und ebenfalls kommuniziert werden, warum genau das nun für sie von Bedeutung ist.

Integration

Ein gutes Zusammenleben im Quartier und vor allem in der unmittelbaren Nachbarschaft ist den Traditionellen wichtig. Nur so fühlen sie sich in ihrem Wohnumfeld sicher und akzeptiert. Jedoch stellt das Umfeld, in dem sie wohnen, in dieser Hinsicht oftmals eine Herausforderung dar: Nicht selten leben sie in Quartieren gemeinsam mit statusschwachen Milieus und nehmen dabei teilweise eine „Pufferfunktion“ zu diesen Bewohnergruppen (beispielsweise den Prekären) ein. Dennoch kann es auch sein, dass Traditionelle relativ berührungsarm neben anderen Milieus im Quartier leben. Ihre Vorbehalte und Zurückhaltung gegenüber Fremden und Veränderungen führen dazu, dass sie sich tendenziell eher zurückziehen als sich selbst für ein gutes Zusammenleben im Quartier aktiv einzusetzen. Diesen Anspruch selber auch so zu leben, fällt ihnen zunehmend schwer; und deswegen sollte man in dieser Hinsicht auf sie zugehen und ihnen verständlich machen, dass auch sie etwas zu einem guten Zusammenleben beitragen können. Gerade in dieser Hinsicht sind Bezugspunkte im Quartier von großer Bedeutung. Orte, an denen man sich begegnet und sich austauschen kann, können das Zusammenleben in eine positive Richtung verändern und helfen nicht nur, Vorbehalte abzubauen, sondern auch, einer drohenden Vereinsamung entgegenzuwirken.

Und wie lassen sich die Traditionellen ansprechen?

Auf den ersten Blick mag der Eindruck entstehen, dass sich das Milieu der Traditionellen gerade mit Blick auf die hier aufgeführten Handlungsfelder nur schwer ansprechen

lässt. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich aber, dass diese Themen durchaus Relevanz haben in ihrer Lebenswelt und in ihrem Alltag. Die Herausforderung besteht darin, sie in einer Tonalität bzw. in einem Duktus anzusprechen, der ihnen eben diese Relevanz verdeutlicht. Das Gefühl, dass sie eigentlich für den Lauf der Dinge nicht mehr verantwortlich sind, sich andere inzwischen „kümmern“, ist in diesem Milieu sehr dominant und kann in manchen Situationen in Rückzug oder, im schlimmsten Fall, in eine Art Ohnmacht münden.

Im Zusammenhang mit den Themen Bildung und Integration kann hier der Bundesfreiwilligendienst an Bedeutung gewinnen, der sich ebenso an junge Menschen wie auch ältere Menschen (z. B. Rentner) wendet und ihnen die Möglichkeit gibt, sich auch in diesen Bereichen einzusetzen und zu engagieren und gleichzeitig verstärkt am gesellschaftlichen Geschehen teilzunehmen. Projekte wie „Leih-Omas und Leih-Opas“¹⁶⁵ können in Zukunft verstärkt an Bedeutung gewinnen.

Des Weiteren wäre es für das Milieu der Traditionellen wichtig, sie aktiv einzubeziehen. Aufgrund des hohen Altersschwerpunkts ist davon auszugehen, dass sie in ihrer Mobilität (zum Teil stark) eingeschränkt sind, von vielen Aktivitäten nicht erfahren oder nicht die Möglichkeit haben, sie (mehr oder weniger) spontan wahrzunehmen. Ein ganz praktischer Ansatz wäre, sie beispielsweise zu Bürgerversammlungen direkt zu Hause abzuholen. Ein weniger aufwendiger Ansatz wäre, solche Veranstaltungen in die unmittelbaren Bezugsräume dieser Milieus zu legen und diese als Kommunikationskanäle zu nutzen. Beispielsweise können hier Seniorengruppen, Vereine oder Organisationen wie die örtliche Niederlassung der Volkssolidarität als „Einfallstor“ dienen. Das hat vermutlich auch einen motivierenden Effekt, denn, sie direkt und in ihrer Tonalität und ihren Bezugsräumen anzusprechen, zeugt auch von Wertschätzung. Und Wertschätzung ist ihnen ebenfalls sehr wichtig – das Gefühl, noch etwas verändern zu können, dass die eigene Meinung noch etwas zählt, kann hier durchaus eine mobilisierende Wirkung haben.

Prekäre Milieus

Die beiden Milieus, die diesem Segment angehören, sind jene, die hinsichtlich des Themas Wohnen am stärksten einem Preisdruck unterliegen. Besonders ein Blick auf das Haushaltsnettoeinkommen der Prekären offenbart, dass der finanzielle Spielraum oft

¹⁶⁵ Z. B. <http://www.leihomas-leihopas.de/> [05.04.2013]

nicht sehr groß ist. Ähnliches gilt für die Konsum-Hedonisten, die zwar hinsichtlich des Haushaltsnettoeinkommens besser gestellt sind, überdurchschnittlich oft jedoch gar nicht über ein eigenes Einkommen verfügen (Details dazu im Modul „Milieuportraits“). In der Konsequenz sind beide Milieus in vielen Entscheidungen beim Thema Wohnen einigen Einschränkungen unterworfen.

Wohnen

Grundsätzlich ist beiden Milieus und ganz besonders den Konsum-Hedonisten die Nähe zur Innenstadt bzw. zum Zentrum wichtig. Für die Konsum-Hedonisten ist innenstadtnahes Wohnen schon deshalb wichtig, weil dort das Leben stattfindet und sie dort tendenziell eher die Möglichkeit haben, ihre Freizeit- und Spaßorientierung auszuleben.

Beide Milieus sind eher in günstigeren Mehrfamilienhäusern bzw. großräumigen Wohnstrukturen zu finden. Dabei würden die Prekären tendenziell lieber kleinräumig wohnen und leben. In der Regel orientieren sie sich stark am Lebensstil der Bürgerlichen Mitte und träumen von etwas Eigenem, im Idealfall einem eigenen kleinen Haus in einer ruhigeren und attraktiveren Wohnlage. Allerdings lassen die eigenen finanziellen Mittel das oft nicht zu und sie versuchen, mit dem, was sie haben, den Anschluss zu halten, nicht zu verlieren oder aber wiederherzustellen.

Sowohl Prekäre wie auch Konsum-Hedonisten zeigen eine unterdurchschnittliche Wohnzufriedenheit. In beiden Fällen liegt die Ursache in den eingeschränkten Gestaltungsspielräumen; und so wohnen sie in Gegenden und Gebäudestrukturen, die ihnen eigentlich nicht gerecht werden. So sind sie beispielsweise entgegen ihrer Vorliebe für innenstadtnahe Wohnlagen eher in den Großsiedlungen in den Außenbezirken bzw. am Stadtrand von Städten zu finden.

Für die Prekären wird auch das Thema „altersgerechtes Wohnen“ immer bedeutsamer. Mit einem Altersschwerpunkt von 45 bis 64 Jahren und einem Anteil von 29,3 Prozent von über 65-Jährigen gewinnt das Thema zunehmend Relevanz. Hier besteht auf längere Sicht die Gefahr, dass sie mit den wenigen Gestaltungsressourcen, die ihnen zur Verfügung stehen, kaum präferenzgerechte Auswahlmöglichkeiten haben werden. Mit dem zusätzlich überdurchschnittlich hohen Anteil an Beziehern von Transferleistungen spielt hier außerdem eine erhöhte Gefahr von Altersarmut eine nicht zu vernachlässigende Rolle.

Im Vergleich sind die Konsum-Hedonisten (59,5 Prozent sind jünger als 45 Jahre – Details dazu in den Milieuportraits) deutlich jünger als die Prekären. Auch sie bevorzugen eher

So könnten die Prekären wohnen ...





städtische Strukturen und wohnen dort, wenn möglich, tendenziell in den günstigeren Lagen. Sie haben eine recht hohe Umzugsmobilität und sind damit im Quartier keine beständigen Bewohner. Wohnen wird als Thema eher nachrangig behandelt, wichtig ist in erster Linie bezahlbarer Wohnraum. So sind weder die Konsum-Hedonisten noch die Prekären sehr empfänglich für Themen wie energetische Sanierung. Die damit verbundenen Kosten und oft folgenden Mieterhöhungen können schnell das verfügbare Budget sprengen. Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte spielen in diesem Zusammenhang keine Rolle, werden tendenziell eher als Themen wahrgenommen, die andere etwas angehen und sie selber ausschließen. Im schlimmsten Fall können diese Themen auch als Verdrängungstaktik aufgefasst werden, denn wenn Gebäude erst einmal renoviert und energetisch saniert sind, müssen sie aufgrund der angepassten Mietstruktur wegziehen und fühlen sich dann auch mal unerwünscht, verdrängt und machtlos.

Für beide Milieus ist die Wohnung auch ein Rückzugsort und hat in der Hinsicht dann eher einen funktionellen denn einen repräsentativen Charakter. Man hat, was man braucht, auf Stilelemente wird nicht viel Wert gelegt, der Wohnstil ist eher zweckorientiert und charakterisiert durch die Mittel, die eben (finanziell) möglich sind. Allein bei den Konsum-Hedonisten wird man gegebenenfalls Zugehörigkeiten zu Peergroups (primäre soziale Bezugsgruppen) und Subkulturen auch in der Wohnung wiederfinden können.

Quartier und Nachbarschaft

Beide Milieus trifft man eher in schwächeren Quartieren und beide Milieus sind eigentlich angewiesen auf die Gelegenheits- und Infrastrukturressourcen, die Innenstädte mit sich bringen. Sie haben weit verzweigte Netzwerke für (nicht selten recht spontane) Beschäftigungs- und Konsummöglichkeiten. Genau aus diesem Grund haben besonders die Konsum-Hedonisten eigentlich auch eine starke Affinität für eine Nähe zum Stadtzentrum.

Bei den Konsum-Hedonisten ist der Grund für ihre Vorliebe für innenstadtnahe Quartiere in ihrer Spaß- bzw. Freizeitorientierung zu suchen: Ihr eigentliches „Ich“, also das, was sie außerhalb der Berufswelt und in ihrer Peergroup sind, lässt sich mit den Möglichkeiten und der Infrastruktur der Innenstadt eher ausleben. Auch wenn sie gerne in der Innenstadt (oder zumindest innenstadtnah) leben wollen, so lässt der finanzielle Rahmen den Wunsch oft nicht zu. So sind sie häufiger in ihrem Bewegungsspielraum eingeschränkt, was sie in Quartiere mit Menschen führt, mit denen sie sich weniger gut verstehen. Vor allem mit Traditionellen besteht hier hohes Konfliktpotenzial, und meistens reagieren Konsum-Hedonisten dann mit konsequenter Abgrenzung. Eine gute

Infrastruktur heißt hier, dass sie vor allem Bars, Kneipen, Diskotheken in ihrer Nähe schätzen. Dabei haben sie hinsichtlich Sicherheit, Einkaufsmöglichkeiten im Quartier, die Verkehrsanbindung oder auch ausreichende Möglichkeiten im Bereich ÖPNV vergleichsweise geringe Ansprüche.

Erstaunlich ist in dieser Hinsicht, dass Konsum-Hedonisten öfter als andere Milieus als ein entscheidendes Kriterium für ein Quartier bzw. eine Wohnung Schulen und Kindertagesstätten benennen. In der lebensweltlichen Praxis spielen diese Aspekte erfahrungsgemäß eine geringere Rolle.

Für Konsum-Hedonisten spielen die eigenen Bezugsgruppen bzw. Peergroups eine größere Rolle als die direkte Nachbarschaft. Denn Bekannte, Verwandte, Freunde können weit verteilt leben und wohnen und so trifft man sich eben auch außerhalb des eigenen Quartiers. So kann auch keine starke Bindung an und eine damit herstellbare Identifizierung mit dem Quartier einhergehen. Mit Blick auf die Konsum-Hedonisten scheint die Möglichkeit der Partizipation allerdings zumindest bei der Wohnungswahl eine größere Rolle zu spielen. Nicht selten bleibt es jedoch bei der Bereitschaft, die dann jedoch nicht in die Tat umgesetzt wird. Gerade hinsichtlich des Handlungsfelds Bildung stellt sich die Frage, wie sich der Partizipationswille auch umsetzen ließe. Die geringe Bindung an Quartier und Nachbarschaft könnte hier als eine Erklärung dienen.

Für die Prekären spielt Infrastruktur mit Blick auf die Nahversorgung eine größere Rolle, ebenso mit Blick auf den ÖPNV, auf den sie oft angewiesen sind. Die Miethöhe spielt jedoch bei der Wahl einer Wohnung die größte Rolle und stellt andere Aspekte oft in den Hintergrund. Auch hier gilt zu bedenken, dass sie oft nicht entsprechend ihrer Präferenzen wohnen und Abstriche bezüglich des Wohnens und des Wohnumfelds wie auch der Nachbarschaft öfter als andere in Kauf nehmen.

Vor allem die Prekären fühlen sich in ihrem Wohnumfeld häufiger unwohl, lieber würden sie in einer „netteren“ oder „schöneren“ Gegend leben. Nicht selten sind die nachbarschaftlichen Verhältnisse schwierig oder kritisch, gerade wenn sie mit den aus ihrer Sicht ausschweifend lebenden Konsum-Hedonisten gemeinsam Nachbarschaft und Quartier teilen. Dementsprechend und im Zusammenhang mit der geringen Wohnzufriedenheit ist Quartiersbindung nicht sehr stark ausgeprägt und lässt sich als eher locker bzw. unverbindlich beschreiben. Gerne würde man anders wohnen, und so fällt eben auch die Bindung an Quartier und Nachbarschaft eher gering aus.

Die geringe Bindung und teilweise fehlende Identifikation mit dem eigenen Quartier und der Nachbarschaft scheint die Partizipations- und Engagementbereitschaft in die-

sen Milieus maßgeblich mit zu beeinflussen. So äußern beide Milieus aus dem Segment der Prekären nur wenig Interesse an der Beteiligung der Bürger an Entscheidungen der Stadt in Quartier und Nachbarschaft (gerade bei den Konsum-Hedonisten tun sich hier Ambivalenzen auf – Details dazu im Modul „Partizipation und Engagement“). Das Interesse scheint zum einen deshalb eingeschränkt zu sein, weil sie nicht selten zu viele Enttäuschungen erfahren haben und sich schlicht im Umfeld von Partizipation und Engagement nicht wohlfühlen. Mündet das Ganze in Resignation, sind sie für Partizipation eigentlich verloren. Zum anderen stellt sich hier auch eine Kosten-Nutzen-Frage, denn warum soll man sich für etwas engagieren, mit dem man sich nicht wirklich identifizieren kann und eventuell auch nicht möchte. Eigentlich möchte man lieber anders und in anderen Stadtteilen leben. Und dazu kommt noch, dass die letztendlichen Entscheidungen am Ende von anderen getroffen werden.

Bildung

Das Thema spielt in beiden Milieus eine untergeordnete Rolle und rückt aus verschiedenen Gründen in den Hintergrund. Aufgrund des hohen Altersschwerpunkts bei den Prekären hat es hier schlicht an Relevanz verloren: Oft sind die Kinder aus dem Haus, sodass wohnortnahe Bildungsinfrastruktur für die eigenen Kinder inzwischen unwichtig ist (52,1 Prozent der Prekären geben an, in Haushalten ohne Kinder unter 18 Jahren zu leben, siehe auch Modul „Milieuportraits“). Haben sie allerdings Kinder, die auf Bildungsinfrastruktur angewiesen sind, ist es umso wichtiger, sie direkt zu diesem Thema anzusprechen, um sie für eine Sache zu gewinnen. Für sie selber spielt Bildung (auch oder gerade wegen des hohen Altersschwerpunkts) keine Rolle mehr. Sie sind sich oft der Tatsache bewusst, dass sie hier Nachholbedarf haben und etwas unternehmen müssten, dennoch wird der Gedanke häufig nicht weiter verfolgt.

Für Konsum-Hedonisten sollte das Thema Bildung von größerer Bedeutung sein, denn die Wahrscheinlichkeit, dass sie Kinder im relevanten Alter haben, ist höher als bei den Prekären (37 Prozent leben in Haushalten mit Kindern unter 18 Jahren). Dennoch zeigen sie häufiger Distanzen und Probleme mit Blick auf dieses Thema, was den Bindungsförderungsdruck umso größer erscheinen lässt. Wie die Prekären zeigen die Konsum-Hedonisten (zum Teil stärker ausgeprägte) Ausbruchstendenzen und Aufstiegs Wünsche, die am Ende allerdings nicht verwirklicht werden, weil vielleicht andere Dinge wichtiger erscheinen. Gerade über ihre eigenen Kinder sollten sie angesprochen werden, es sollte ihnen ebenso wie den Prekären klar kommuniziert werden, warum das Thema auch sie betrifft, ihre Meinung wichtig ist und auch ihre Bedürfnisse zählen.

Ein Appell an das Gemeinwohl wird hier auf wenig fruchtbaren Boden stoßen, denn das vermittelt ihnen vielmehr das Gefühl, man würde versuchen, sie zu bevormunden. Vorgefertigte Lösungsvorschläge werden wohl den gleichen Eindruck vermitteln, und das betrifft auch das Handlungsfeld Integration.

Integration

Prekäre und Konsum-Hedonisten leben in Quartieren, die einerseits geprägt sind durch kulturelle Vielfalt und zum anderen durch statusschwächere Milieus. Häufig sind in ihrer Nachbarschaft auch Traditionelle (Stichwort „Restanten“) anzutreffen. Ein gutes Zusammenleben in der Nachbarschaft ist aber für beide Milieus nicht signifikant wichtig, und gerade für die Prekären spielt Integration kaum eine bzw. keine Rolle. Im Resultat reagieren Prekäre besonders bei diesem Thema defensiv und tendieren dazu, sich abzugrenzen und zurückzuziehen und sich verstärkt auf ihre eigenen Bezugsgruppen zu konzentrieren.

Konsum-Hedonisten stehen dem Thema dagegen aufgeschlossener gegenüber. So haben sie beispielsweise öfter Kontakt mit Migranten als die Prekären und gehen mit kultureller Vielfalt offener um. Gleichwohl kann es durchaus sein, dass sie in ihrer Art eher anecken und dann in die Offensive gehen. Sie können in ihrer Art, auf andere zuzugehen und zu kommunizieren, nicht selten provokant auf andere wirken.

Auch hinsichtlich des Handlungsfelds Integration besteht die Herausforderung darin, diese beiden Milieus „für sich zu gewinnen“. Wie bei anderen Milieus gilt auch hier, dass sie in Belangen, die sie direkt in ihrer Lebenswelt ansprechen, am besten zu erreichen sind.

Und wie lassen sich die Prekären Milieus ansprechen?

Sie direkt in ihrer Lebenswelt anzusprechen, ist hier am vielversprechendsten. Gleichzeitig besteht genau darin auch die Herausforderung. Auf den ersten Blick scheint das Interesse an den hier aufgeführten Handlungsfeldern begrenzt. Bei genauerer Betrachtung sieht man aber, dass gerade die Themen Bildung und Integration oft direkt an ihrer Lebenswelt rühren. Herauszufinden, was genau sie betrifft, gehört dann ebenfalls zu dieser Herausforderung. Diese Herausforderung anzugehen, bedeutet, sich auf ihre Lebenswelt einzulassen und zu versuchen, diese zu verstehen. Im Vorfeld eines geplanten Dialogverfahrens wären hier beispielsweise Satelliten-Gespräche oder Telefoninterviews denkbar, bei denen es nicht um Stadtentwicklung und -planung mit Hinblick auf

Bildung und Integration geht, sondern um ihre Bedürfnisse und Befindlichkeiten vor Ort. Diese Gespräche hätten (idealerweise) zweierlei Wirkung: Zum einen lässt sich im weiteren Verfahren direkt an die identifizierten Bedürfnisse und Befindlichkeiten anknüpfen. Diese Gespräche dienen damit also quasi auch als Basis für weitere Anknüpfungs- und Ankerpunkte für den Dialog mit ihnen. Zum anderen lassen sich damit eben diese Milieus vielleicht aktivieren. Gerade mit Blick auf die Konsum-Hedonisten scheint dieser Ansatz zielführend, äußern sie doch hohes Partizipationsinteresse, ohne diese umzusetzen. Mit solchen Gesprächen können gleichzeitig auch weiterführende Informationen auf sie maßgeschneidert mitgegeben werden.

Diese Art der Gespräche hat aber auch noch einen ganz anderen Vorteil: Sie kommunizieren Wertschätzung und übernehmen so auch eine Art „Imagearbeit“ für die Stadt und ihre Vertreter. Diese Art der Gespräche nimmt die Lebenswelt der Befragten zum Ausgangspunkt und nicht die Planungen vonseiten der Stadt. Im Zusammenhang mit den Handlungsfeldern diese Milieus zu fragen, „wo sie der Schuh drückt“, ist sinnvoller als sie auf dem für sie sehr abstrakten Level von Allgemeinwohl und langfristiger Planung anzusprechen. Abstrakt angesprochen entsteht eher der Eindruck, dass ihre Meinung eigentlich gar nicht von Interesse ist, und das verstärkt ihre Rückzugs- und im schlimmsten Fall Resignationstendenzen. Für weitere Dialog- und Beteiligungsstrategien ist das nicht zielführend.

8 Fallbeispiele

Fallbeispiel 1: Wenn Informationen allein für Unmut sorgen – eine Bürgerinformationsveranstaltung und ihre Folgen

Die Rahmenbedingungen

In einer Großstadt in Deutschland sollen an einem stark befahrenen Kreisverkehr Umbaumaßnahmen durchgeführt werden. Es ist allgemein bekannt, dass es sich bei der betreffenden Gegend um einen sozialen Brennpunkt handelt und sich die Anwohner hier nicht nur aufgrund der Verkehrssituation unsicher fühlen. Nicht ausschließlich die von der Verkehrssituation ausgehenden Gefahren stellen für die Anwohner ein Problem dar, auch, dass sie sich des Öfteren in der Gegend nicht sicher fühlen aufgrund der hier bekannten Problemlagen.

Das erklärte Ziel der Umbaumaßnahmen ist es nun, den Kreisverkehr mit Blick auf die Verkehrssituation sicherer zu gestalten für Anwohner, Passanten, ganz besonders Kinder, Touristen etc. Dazu wurde im Stadtteil eine Bürgerinformationsveranstaltung einberufen, um interessierte Bürger über diese Umbaumaßnahmen, deren Ablauf und Schritte zu informieren.

Die Bürgerinformationsveranstaltung

An sich sollte man meinen, dass ein Umbau für mehr Sicherheit eine gute Idee ist, die von Anwohnern geschätzt wird. Aufgrund zweierlei Probleme war diese Veranstaltung (besonders aus Sicht der anwesenden Anwohner) jedoch alles andere als ein Erfolg. Zum einen spricht die Bezeichnung der Veranstaltung als „Bürger**in**formationsveranstaltung“ schon für sich: Hier ging es darum, den Bürger zu informieren und ihn, wie es so schön heißt, „mitzunehmen“. Es ging aber nicht darum, die Meinungen der Bürger zu erfragen. Diese Veranstaltung war die erste und letzte zum Thema, und auch dadurch kam der Unmut unter den Bürgern wohl zustande. Viele Anwesende waren durchaus bereit, sich in diesem Projekt zu engagieren, selber zu überlegen, wie man besagten Kreisverkehr nicht nur sicherer, sondern auch freundlicher und schöner gestalten kann. Auch was die Sicherheit anging, haben die Bürger viel weiter gedacht als die Verantwortlichen, denn es ging ihnen auch um ihre persönliche Sicherheit in der

Gegend. Das alles waren Aspekte, die vonseiten der Verantwortlichen nicht bedacht wurden. Diskussionen in diese Richtung wurden gar nicht erst zugelassen, schließlich ging es darum nicht. Kurz: Die Bürger hatten absolut kein Mitspracherecht, wollten sich aber gerne engagieren und an den Entwicklungen beteiligen, fühlten sich stattdessen übergangen und absichtlich ausgeschlossen. Es gab keine Handlungsspielräume, die Pläne sollten so, wie sie vorgestellt wurden, umgesetzt werden. So lässt sich Engagement natürlich nicht fördern, nur „Aufstand“. Hätte man sich vorab Gedanken gemacht, mit welchen Menschen bzw. Milieus man es hier zu tun bekommt, hätte man sich auf diese Diskussionen besser vorbereiten können. Performer und Liberal-Intellektuelle beispielsweise (egal ob als Bürger oder Verantwortliche für die Baumaßnahmen) wollen nicht übergangen werden, sie wollen mitbestimmen, mitreden und mitgestalten. Diese Art, sich zu engagieren, kann man eigentlich gut nutzen; es kehrt sich aber wohl tatsächlich ins Negative, wenn man sie eben in der Hinsicht einschränkt.

Zusätzlich soll an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben, dass sich dieser Kreisverkehr in einer Gegend befindet, in welcher der Anteil an Migranten und statusschwächeren Milieus sehr hoch ist. Augenscheinlich haben an dieser Veranstaltung weder die einen noch die anderen teilgenommen oder sich aktiv beteiligt. Die Diskussion wurde in erster Linie von Bürgern dominiert, die sich mit der Sache gut auskannten und sich ihrer Rechte hinsichtlich Bürgerbeteiligung sehr bewusst waren. Fraglich ist in der Hinsicht auch, warum sich eben Migranten und statusschwächere Milieus offensichtlich nicht angesprochen gefühlt und beteiligt haben.

Zum Zweiten stellte die eher fachspezifische Kommunikation der anwesenden Verantwortlichen ein Problem dar, denn durch sie wurde das eigentliche Ziel der Maßnahmen nicht klar. So war z. B. die Rede von einer Änderung der Phasen der Lichtsignalanlagen, und auf die Frage eines Bürgers, auf welcher Grundlage der Umbau vorgenommen werden soll, antwortete man, dass der „volkswirtschaftliche Schaden von Unfällen“ minimiert werden solle. Dass diese Antwort von den anwesenden Bürgern nicht gut aufgenommen wurde, steht außer Frage. Das Ziel der Maßnahmen wurde auf eine Art und Weise kommuniziert, die den anwesenden Bürgern überhaupt nicht gefiel. Hätte man stattdessen näher an der Lebenswelt der Anwohner kommuniziert, wäre die Veranstaltung wohl erfolgreicher abgelaufen. Hätte man also von einer Verlängerung von Grünphasen für Fußgänger gesprochen, damit alle sicherer über die Straße kommen (und nicht von Lichtsignalanlagen), dann hätten sich wohl mehr Leute angesprochen gefühlt. Und wäre von mehr Sicherheit für alle Verkehrsteilnehmer und nicht von volkswirtschaftlichem Schaden die Rede gewesen, hätte sich wohl auch ein Teil des Unmuts

unter den Bürgern verhindern lassen. Auf diese Weise wäre auch die Kommunikation miteinander und untereinander eher erfolgversprechend, denn über etwas „Anfassbares“ lässt sich besser kommunizieren als über etwas Abstraktes wie z. B. ein ISEK (Integriertes Stadtentwicklungskonzept). Auch diese Kommunikationsweisen hätten sich vorab „üben“ lassen, und mit dem Wissen um die kommunikativen Präferenzen der einzelnen Milieus hätten sich mit Blick auf die Sprache einige Konflikte verhindern lassen.

Welchen Mehrwert können der vhw und das Kommunikationshandbuch hier bieten?

Mit der Möglichkeit der Mikrogeografie lassen sich Milieus direkt im Raum verorten, und mit dem entsprechenden Datenmaterial wäre das auch im Fall dieser Umbaumaßnahme ein gewinnbringender und zielführender Weg gewesen. Auf diese Weise hätte sich vorab einerseits analysieren lassen, wer im betreffenden Gebiet lebt und von diesen Maßnahmen betroffen sein wird. Zum anderen hätten sich so auch jene Milieus identifizieren lassen, die sich in der Regel **nicht** beteiligen.

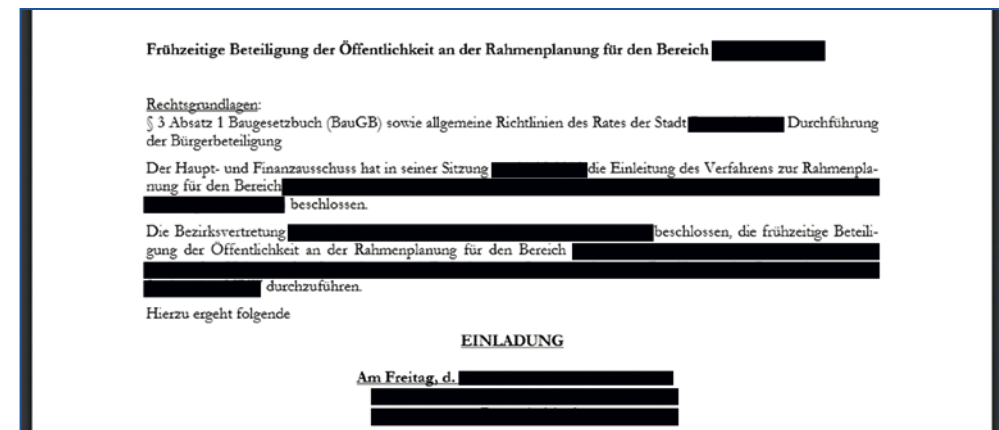
Aufbauend auf dieser Analyse und mithilfe des vorliegenden Handbuchs ließe sich dann eine Handlungs- und Kommunikationsstrategie entwickeln: Wie lassen sich die hier betroffenen Milieus ansprechen? Welche Kanäle nutzen sie? Was wären mögliche Multiplikatoren vor Ort, die sich nutzen ließen? Welche möglichen (kommunikativen) Konfliktpotenziale und Herausforderungen unter den betroffenen Milieus lassen sich vorab schon ausmachen und wie kann hier eine Kommunikationsstrategie aussehen? Wie betrifft die entsprechenden Anwohner (letztendlich auch Milieus) die Sache? Wie lassen sie sich in ihrer Lebenswelt ansprechen? Eine zusätzliche Durchführung von Interviews mit ausgewählten Gruppen hätte Antworten auf diese Fragen geben können und auch eine Informationsveranstaltung konfliktfreier gestalten können.

Fallbeispiel 2: Das Amtsblatt – Wenn der gewählte Kommunikationskanal einschränkt und welche Alternativen es gibt

Das Amtsblatt mag bestimmten Milieus heute nicht mal mehr ein Begriff sein – wer weiß, ob Expeditive das Amtsblatt noch kennen, geschweige denn als Lektüre überhaupt in Erwägung ziehen? Zumindest sollte man sich darauf nicht verlassen. Dabei kann es für andere Milieus als Ansprache durchaus attraktiv erscheinen, beispielsweise den Traditionellen, denen das Amtsblatt als Quelle für Informationen für das, was in

der Stadt vor sich geht, bestimmt ein Begriff ist. Vor allem mag ihnen die gedruckte Information im Amtsblatt vertrauenswürdiger erscheinen als andere Kanäle.

Ein Blick auf das eine oder andere Amtsblatt von Städten offenbart jedoch noch ein anderes Problem: Hier werden zwar oft Dialogverfahren und vor allem Veranstaltungen für Bürger angekündigt, allerdings erscheinen diese Ankündigungen nicht selten für den „normalen“ Bürger kryptisch. Ein Beispiel soll das verdeutlichen:



Auszug aus einem Amtsblatt einer Großstadt im Westen Deutschlands, Nordrhein-Westfalen, zur Einladung zu einer Bürgerveranstaltung; aus Gründen der Anonymität wurden Stellen, die Rückschluss auf die Stadt geben, geschwärzt.

Die Einladung zur Bürgerveranstaltung wird eingeleitet mit der rechtlichen Grundlage, die dieser Einladung zugrunde liegt. Es wird weiterhin dargelegt, wer beschlossen hat, dass die Bürger zur Rahmenplanung hinzugezogen werden. Allein die Einleitung der Einladung mit einem Paragraphen des Baugesetzbuchs erscheint hier unpassend. Viele Leser, so ist anzunehmen, werden schon an der Stelle aussteigen und nicht weiterlesen, womit sie dann die eigentliche Einladung überlesen. Es wird auch nicht kommuniziert, um was es gehen soll in der Rahmenplanung und welche Relevanz diese Planung für die betroffenen Bürger hat. Kurz: Die Einladung hat keinen Bezug zur Lebenswelt der Bürger vor Ort und ist dementsprechend in Tonalität und Duktus nicht ansprechend.

In diesem Fall kann auch die Aufmachung der Ankündigung eine Rolle spielen, denn oft sagen Bilder mehr als viele Worte und lenken das Auge auf die entscheidenden In-

AKTUELLES AUS FILDERSTADT Amtsblatt Filderstadt • 28.9.2012 • Woche 39 Seite 3



Stadtteilspaziergänge, Stadtteilkonferenz und Stadtteibefragung
„Wir freuen uns auf Ihre Meinung“ *Kunftsweeg Filderstadt*

„Wir freuen uns auf Ihre Meinung“, sagt Filderstadts Oberbürgermeisterin Gabriele Dönig-Poppensieker und lädt alle interessierten Bürgerinnen und Bürger gleich zu drei Highlights im Jahre 2012 ein: zu den Stadtteilspaziergängen, der Stadtteilkonferenz sowie zur Teilnahme an der Stadtteibefragung.

„Es geht um Ihren Stadtteil, um unser Filderstadt“, erklärt das Stadtoberhaupt. Nachdem in den zurückliegenden drei Jahren im Rahmen des so genannten Stadtentwicklungsprojekts (kurz ISEK) die Bevölkerung, der Gemeinderat sowie die Verwaltung gemeinsam Ziele für die Gesamtstadt formuliert haben, soll es nun in einem weiteren Schritt in die Stadtteile gehen. „Jetzt wird es konkreter“, sagt Jutta Grillhiesl-Mauz vom federführenden Referat für Bürgerbeteiligung und Stadtentwicklung. Und ihr Kollege Thomas Haigis ergänzt: „Die Stadtteilspaziergänge sind ISEK hautnah, ein tolle Chance der Bürgerbeteiligung – ganz nach unserem Motto: miltedenken, mitreden, mitmachen.“ Erneut hat die Bürgerin, der Bürger das Wort. Dies kann auf dreierlei Art und Weise geschehen: auf den Spaziergängen durch die einzelnen Stadtteile (Termine siehe nebenstehender Kasten), der Stadtteilkonferenz am 23. November (7 bis 21 Uhr im Bildungszentrum Seefälle in Bonlanden) oder einfach durch die Teilnahme an der Stadtteibefragung. Auf dem unteren Abschnitt oder auf den vielerorts verteilten Postkarten können die Bürgerinnen und Bürger (völlig anonym) die Stärken und Schwächen eines Stadtteils sowie ihre Wünsche für die Zukunft festhalten. Und so leicht funktioniert's: Den ausgefüllten Abschnitt oder die Postkarten einfach in einen städtischen Briefkasten (beispielsweise der Rathaus oder Bürgerämter) einwerfen. Die Ergebnisse der Stadtteibefragung werden dann unter anderem auf der Stadtteilkonferenz im November bekannt gegeben. (sk)

Stadtteilspaziergänge
(jeweils um 17 Uhr)
TERMINE:
Bornhausen:
11. Oktober 2012
Treffpunkt: Dr. Peter Buntein-Platz
Führung durch Oberbürgermeisterin Gabriele Dönig-Poppensieker und Patrick Rapp, Leiter des Referates für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing
Sielmingen:
15. Oktober 2012
Treffpunkt: Rathausplatz
Plattenhardt:
17. Oktober 2012
Treffpunkt: Rathausplatz
Bornlanden:
18. Oktober 2012
Treffpunkt: FilderStadtMuseum
Harthausen:
22. Oktober 2012
Treffpunkt: Rathausplatz
(sk)

BEFRAGUNG ZU DEN STADTEILEN:

Bornhausen ☐ Bonlanden ☐ Harthausen ☐ Plattenhardt ☐ Sielmingen ☐
(bitte ankreuzen)

Wo drückt der Schuh in Ihrem Stadtteil? **Was ist Ihnen in Ihrem Stadtteil für die Zukunft wichtig?**

Ankündigung der Stadtteilkonferenz im Amtsblatt der Stadt Filderstadt vom 28.09.2012 – Woche 39;
Quelle: http://www.filderstadt.de/servlet/PB/show/1435226/Filderstadt_KW39.pdf [10.04.2013]

formationen. Die Stadt Filderstadt hat in der Hinsicht eine Ankündigung zur Stadtteilkonferenz im Amtsblatt platziert, die sehr positiv auffällt.

Hier wird auf den ersten Blick deutlich, worum es geht: um die Meinung der Bürger und um die für den November 2012 geplante Stadtteilkonferenz. Die Veranstaltung wird nicht mit Paragraphen „gerechtfertigt“, sondern kommuniziert im Text klar und deutlich, warum die Teilnahme der Bürger wichtig ist und welche anderen Möglichkeiten der Beteiligung sich bieten. Dazu ist diese Ankündigung ansprechend aufbereitet, sticht ins Auge und bleibt auf diese Weise im Idealfall im Gedächtnis. Zusätzlich dazu

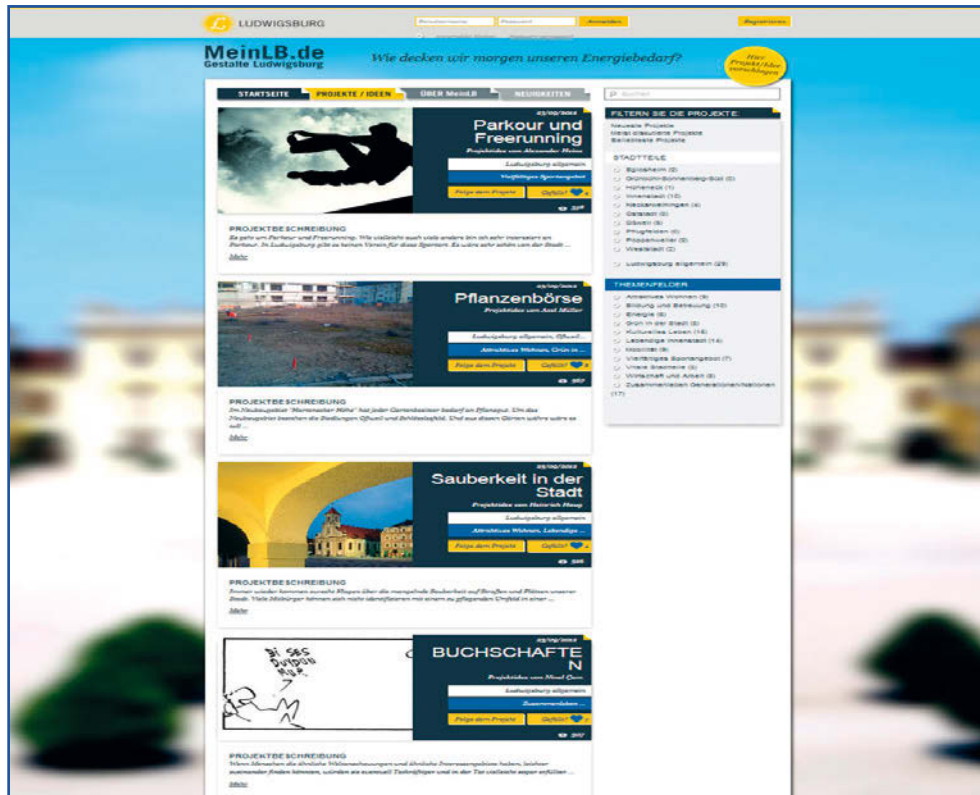
haben die Bürger auch die Chance, hier schon ihre Meinung zu ihrem Stadtteil an die Verwaltung weiterzuleiten.

Natürlich reicht eine Kommunikation über das Amtsblatt heute allein nicht mehr aus. Im Falle von Filderstadt wurden Postkarten für die einzelnen Stadtteile in gleicher Aufmachung verteilt, welche die Bürger (portofrei) mit ihren Bemerkungen, Wünschen, Anregungen, Problemen etc. zurückschicken konnten. Damit werden die Bürger in ihrer Lebenswirklichkeit angesprochen und das Vorhaben wird auf diese Weise konkreter und „anfassbar“. Zusätzlich dazu wurden die Bürger mit Einladungsschreiben persönlich angesprochen und zur Stadtteilkonferenz eingeladen. Auch diese Einladungsschreiben sollten direkt auf die Lebenswelt der Bürger abzielen.

Das Ergebnis war in Filderstadt eindeutig: Für die Stadtteilkonferenz gingen insgesamt über 200 Anmeldungen ein. Die Teilnehmerzahl belief sich letztendlich auf über 260 Bürger aus den fünf Stadtteilen. Das waren fast doppelt so viele Teilnehmer im Vergleich zu vorangegangenen Veranstaltungen bzw. Konferenzen. In Zusammenarbeit mit dem vhw wurde außerdem auf eine gleichmäßige Einbeziehung aller in Filderstadt lebender Gruppen geachtet und durch zielgerichtete (persönliche) Ansprachen haben auch die Bürgergruppen teilgenommen, die sich sonst eher nicht beteiligen.

Fallbeispiel 3: Neuer Kommunikationskanal, neue Zielgruppe – Ludwigsburg und die Beteiligungsplattform „MeinLB.de“

Das Thema Jugend liegt der Stadt Ludwigsburg sehr am Herzen, und so stellt sich die Stadt die Frage, wie gerade Jugendliche für Beteiligungsverfahren gewonnen werden können. Ausgehend von der Annahme, dass gerade Jugendliche den jüngeren Milieus zuzuordnen sind, gehören sie also mit hoher Wahrscheinlichkeit den Kritisch-Kreativen und den Adaptiv-Pragmatischen an. Unter diesen Milieus ist der Anteil jener Menschen, die sich noch in der Ausbildung befinden, überdurchschnittlich hoch (Details dazu im Modul „Milieuportraits“), was auf Jugendliche ja meist noch zutrifft. Und so stehen Städte vor der Herausforderung, wie man diese doch sehr räumlich und mental mobilen Bürger für solche Verfahren gewinnen kann. Sie zeichnen sich in ihrer Kommunikation dadurch aus, dass sie auf vielen Kanälen kommunizieren und Informationen konsumieren wie auch produzieren. Das Internet spielt hier eine große Rolle, denn die „kommunikative Hemmschwelle“ ist hier recht klein, zumindest für alle, die einen



Quelle: Screenshot der Ludwigsburger Bürgerbeteiligungs-Plattform MeinLB.de [10.04.2013]

Zugang zum Internet haben und im Umgang damit geübt sind. Diese Kommunikation kommt gerade den jungen Milieus entgegen, denn in dieser Art der Beteiligung sind sie nicht an Zeit und Raum gebunden, sondern können unabhängig von diesen Rahmenbedingungen teilhaben (Details dazu im Modul „Kommunikation“).

Ein Blick auf die Beteiligungsplattform der Stadt Ludwigsburg soll das verdeutlichen: Auf der Plattform haben alle Bürger der Stadt die Möglichkeit, Projekte für und in der Stadt vorzuschlagen. Nach einer Anmeldung können sie ihre Projekte detailliert beschreiben, was sie machen wollen, mit wem und warum. Andere (angemeldete) Bürger haben die Möglichkeit, auf diese Vorschläge zu reagieren, Kommentare zu hinterlassen und sich gegebenenfalls einem Projekt, das sie interessiert, anzuschließen. Nun lassen

sich nicht alle Vorschläge punktgenau den jungen Milieus zuordnen, es werden hier aber durchaus Projekte vorgeschlagen, die sich in ihrer Ausrichtung an jüngere Bürger wenden, wie beispielsweise das Projekt „Parkour und Freerunning“. Ein Blick auf die beliebtesten Projekte (z. B. „Kunstrasen Bolzplatz“, „Dirt-Bahn“, „Wall of Fame“) bestätigt die Annahme weiter, dass hier eine gewinnbringende Lösung gefunden wurde, auch die Jugend in die Aktivitäten der Stadt aktiv einzubeziehen, sie mitmachen zu lassen und eigene Bedürfnisse in der Stadt in Form von Projekten umzusetzen.

Deutlich wird hier auch, dass sich offensichtlich Jugendliche in ihrer eigenen Lebenswelt gegenseitig ansprechen. Die Projekte, die sie hier vorstellen, spiegeln auch Dinge, die sie im Alltag umtreiben, und so liegt die Vermutung nahe, dass sie sich für solche konkreten und selbst initiierten Vorhaben eher engagieren als für das abstraktere Gemeinwohl.

Fallbeispiel 4: Remscheid Honsberg – „schwierige“ Quartiere, „schwierige“ Beteiligung oder was Interviews bewirken können

In Remscheid ging es speziell um den Stadtteil Honsberg, in dem ein Beteiligungsverfahren durchgeführt werden sollte, um gemeinsam mit den Bürgern darüber zu diskutieren, wie sich Honsberg Süd in Zukunft entwickeln soll. Das Hauptaugenmerk vonseiten der Stadt lag dabei thematisch auf der Aufwertung von Wohnraum und Wohnumfeld sowie der dafür notwendigen Schritte. In der Formulierung der Ziele aus Sicht der Stadt wird deutlich, dass sich auf diesem abstrakten Level eine Diskussion mit Bürgern schwerlich in Gang setzen lassen würde, zumal Aufwertung oft auch bedeuten kann, dass damit Einschnitte im Leben der Bürger vor Ort verbunden sein können. Dabei ging es in diesem Fall auch darum, das Leben der Menschen in Honsberg attraktiver und lebenswerter zu gestalten, gerade im Hinblick auf die immer weiter wegbrechende Nahversorgung (auch bezüglich der medizinischen Versorgung).

In Honsberg leben vor allem Menschen, die sich nicht an Dialogverfahren beteiligen. Dazu zählen zum Teil Bewohner mit Migrationshintergrund, aber auch jene, die oftmals in schwierigen Lebensumständen leben, das heißt, dass ihre Interessen und Bedürfnislagen häufig nur unzureichend abgebildet werden – ihre Meinungen und Anliegen kommen nicht ausreichend zur Geltung und finden dann keine Berücksichtigung.

Um die Bedürfnislagen dieser Bürger besser abbilden zu können und von ihnen eine Art Stimmungsbild zu erlangen, hat der vhw telefonische Gespräche mit Bürgern und Multiplikatoren im Stadtteil durchgeführt. Dabei haben die Gespräche zwei Ziele verfolgt:

- Das Bewusstsein für Beteiligung und die geplante Veranstaltung zu schärfen und diese als eine Möglichkeit der Information und des Mitredens zu „bewerben“
- Die Interessen- und Bedürfnislagen der Bürger im Hinblick auf das Zusammenleben, allgemeine Anliegen sowie die Themen der Veranstaltung (Wohnen, Verkehr, Außenbereich) als Vorbereitung erfragen, um Themen von Stadt und Bürgern adäquat aufzugreifen und in die Veranstaltung einzubringen

Dabei wurden aber nicht nur Gespräche mit Bürgern geführt, sondern auch mit Multiplikatoren. Die Gespräche wurden in einer offenen Art und Weise und methodisch in Anlehnung an qualitative Interviews durchgeführt, deren Gesprächsverlauf maßgeblich von den Gesprächspartnern beeinflusst wurde. Die Gespräche wurden mithilfe eines für diesen Zweck entworfenen Leitfadens geführt, wobei einer für Bürger und einer für Multiplikatoren zum Einsatz kam. Beide Leitfäden orientierten sich an relevanten Themen der Stadt bzw. bezogen sich auf diese – jedoch wurden sie für die Erstellung eines Stimmungsbilds breiter angelegt. Auf diese Weise sollten Einschränkungen der Gespräche verhindert werden und tatsächliche Bedürfnislagen der Bürger erfragt werden.

Die Aufgabe dieses so erstellen Stimmungsbilds war es erstens, die identifizierten Themen und Befindlichkeiten der Gesprächspartner in die Themen der Stadt zu übersetzen, zweitens, dringende, mittelbare und unmittelbare Handlungsbedarfe aufzuzeigen, und drittens, zusätzlich relevante Themen und Bedürfnisse, die bisher nicht in Gänze bedacht wurden, offenzulegen. Auf diese Weise war es möglich, direkt an der Lebenswelt der Bürger anzuknüpfen und für sie relevante Themen nicht nur mit auf die Agenda zu bringen, sondern auch gezielt zu vertiefen.

Im Resultat stellte sich auch heraus, dass gerade die Bürger mit Migrationshintergrund diese Art der persönlichen Ansprache begrüßten. Bürgerbeteiligung wird in manch anderen Ländern anders angegangen, sodass diese Art der Beteiligung für sie nicht nur neu ist, sondern sehr oft auch in weiten Teilen dieser Bevölkerungsgruppe unbekannt. Auf diese Art und Weise fand eine Sensibilisierung der Bürger für Beteiligungsverfahren statt und zusätzlich konnten ihre Bedürfnisse, Anliegen und Probleme direkt aufgenommen werden.

In Honsberg leben vor allem, das zeigte eine Analyse der Bewohner vor Ort mithilfe der Mikrogeografie, sehr gegensätzliche Milieus – in erster Linie Traditionelle, Prekäre und traditionelle Migrantenmilieus. Die Interviews zeigten in diesem Zusammenhang auch (zum Teil unterschwellige) Konflikte innerhalb der Bewohnerschaft vor Ort auf. So wurde das Zusammenleben vor Ort oft als ein „Nebeneinander“ anstelle eines gewünschten Miteinanders beschrieben. In diesem Zusammenhang wurden auch Abhängigkeiten der einzelnen geäußerten Probleme in Honsberg identifiziert. Beispielsweise äußerten viele der Gesprächspartner (sowohl Bürger als auch Multiplikatoren), dass eine Verbesserung des Miteinanders (bzw. der nachbarschaftlichen Verhältnisse) weg von einem „Nebeneinanderher“ ohne entsprechende Infrastrukturen vor Ort gar nicht möglich ist. Es gibt kaum Orte, an denen Begegnungen möglich sind, man sich eventuell auch mal austauschen kann, sich kennenlernen kann. Diese Themen waren auch den interviewten Multiplikatoren wichtig und sollten von der Stadt im weiteren Verfahren unbedingt aufgegriffen werden.

Des Weiteren konnten über die Interviews mit Multiplikatoren weitere Kontakte zu Bürgern vor Ort hergestellt werden. Durch ihren intensiven Kontakt zu Menschen im Stadtteil können sie eine gute Einschätzung der Situation und Stimmung im Stadtteil abgeben und nehmen dabei oft eine andere Perspektive als die Bürger selbst ein. Sie sind zudem oft Vertrauenspersonen für die Bürger und wissen, was sie beschäftigt, welche Themen sie bewegen und können zur „Mobilisierung“ der Bürger in Sachen Beteiligung beitragen.

Das Ergebnis der Interviews war, dass zum einen mehr Bürger an diesem Beteiligungsverfahren teilnahmen und zudem die „üblichen Verdächtigen“ durch neue Gesichter, also Bürger, die sich zuvor noch nicht beteiligt haben, ergänzt wurden. Im nächsten Schritt wäre jetzt sinnvoll, die Kommunikation solcher Verfahren im Stadtteil weiter anzupassen und die Veranstaltungen stärker an den tatsächlichen (lebensweltlichen) Belangen der Menschen vor Ort zu orientieren.

„Man kann nicht nicht kommunizieren“ (Paul Watzlawick)

Vielen Dank für Ihr Interesse am vhw-Kommunikationshandbuch.

Wir hoffen, dass Ihnen das vhw-Kommunikationshandbuch in Ihrer Arbeit eine Unterstützung und Hilfe ist. Ganz im Sinne eines Handbuchs soll und muss es aber in Zukunft weiterentwickelt und fortgeschrieben werden. Natürlich mit vielen Beispielen aus der praktischen Anwendung...

Konnte Ihnen das Handbuch weiterhelfen? Möchten Sie es für Aufgaben vor Ort anwenden? Oder haben Sie das bereits? Dann würde uns interessieren, in welchen Situationen, unter welchen Rahmenbedingungen und für welche Zwecke?

Bitte lassen Sie uns auch wissen, was Ihnen fehlt und was wir noch verbessern könnten.

Ihr Feedback und Ihre Erfahrungen helfen uns weiter!

Kontaktieren Sie uns schriftlich oder per E-Mail unter:

vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e. V.

Fritschestraße 27/28

10585 Berlin

Tel. 030 39 04 73-215

Fax: 030 39 04 73-190

E-Mail: kommunikationshandbuch@vhw.de

Quellenverzeichnis

Bücher

- Bourdieu, P. (2001): Das politische Feld, in: ders.: Das politische Feld. Zur Kritik der politischen Vernunft, Konstanz, S. 41–114 (hier: S. 67)
- Frindte, Wolfgang (2001): Einführung in die Kommunikationspsychologie, Beltz
- Geißler, R. (1994): Politische Ungleichheit: Soziale Schichtung und Teilnahme an Herrschaft, in: ebd. (Hrsg.), Soziale Schichtung und Lebenschancen in Deutschland, Stuttgart, S. 74–110
- Geißler, R. (2002): Die Sozialstruktur Deutschlands, Bonn: Westdeutscher Verlag, 3. Auflage
- Greif, Mark (Hrsg.) (2012): Der Hipster: Eine Transatlantische Diskussion, Edition Suhrkamp, 1. Auflage
- Hradil, S. (2005): Soziale Ungleichheit in Deutschland, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 8. Auflage
- Lasswell, Harold D. (1948): The Structure and Function of Communication in Society, in: Lyman Bryson (Hrsg.), The Communication of Ideas. A Series of Addresses, New York, S. 32–51
- Schulz von Thun, Friedemann/Thomann, Christoph (2005): Klärungshilfe 1. Handbuch für Therapeuten, Gesprächshelfer und Moderatoren in schwierigen Gesprächen, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2. Auflage
- Thomann, Christoph (2004): Klärungshilfe 2. Konflikte im Beruf: Methoden und Modelle klären der Gespräche, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag
- Thomas, Alexander (1991): Grundriß der Sozialpsychologie. Band 1: Grundlegende Begriffe und Prozesse, Göttingen: Hogrefe
- Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Jackson, Don D. (2011): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien, Verlag Huber, 12. Auflage

Artikel

- Beck, S. (2008): Lebenswelten von Migranten. Repräsentative Ergebnisse zur Studie Migranten-Milieus, in: vhw – Forum Wohnen und Stadtentwicklung, Heft 6/Dezember 2008, S. 288–293 (hier: S. 288)
- Beck, S. (2011): Warum milieuorientierte Demokratie?, in: vhw (Hrsg.), Dialog: Zur Stärkung Lokaler Demokratie, Berlin, S. 61–68
- Beck, S./Gutknecht, S. (2011): Talkshow statt Teilhabe?, in: vhw – Forum Wohnen und Stadtentwicklung, Heft 6/Dezember 2011, S. 309–313
- Bödeker, Sebastian (2012): Soziale Ungleichheit und politische Partizipation in Deutschland, WZ-Brief Zivilengagement, Heft 5, April 2012, S. 1 ff. (hier: S. 4)

- Bürgerhaushalt in Großstädten. Arbeitsmaterialien für die Umsetzung. Dokumentation und Auswertung der Ergebnisse des Workshops „Bürgerhaushalt für Berliner Bezirke: Lesbar, verständlich, für und mit Bürgern/innen“, Bonn: BzpB 2005
- Der Spiegel 41/2010, Essay von Dirk Kurbjuweit: Der Wutbürger. Stuttgart 21 und Sarrazin-Debatte: Warum die Deutschen so viel protestieren; <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-74184564.html> [11.04.2013]
- Geisel, Brigitte (2012): Politische (Un)gleichheit und die Versprechen der Demokratie, APuZ 2012, Heft 38, S. 32 ff. (hier: S. 34/35)
- Gleich, Uli (2001): Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für die Zuschauer, in: Mediaperspektiven 10/2001
- Katz, Elihu/Blumler, Jay G./Gurevitch, Michael (1974): Uses and Gratifications Research, in: The Public Opinion Quarterly, Vol. 37, No. 4 (Winter, 1973–1974), S. 509–523
- Merkel, Wolfgang/Petring, Alexander (2011): Partizipation und Inklusion, in: Demokratie in Deutschland 2011
- Nanz, Patrizia/Fritzsche, Miriam (2012): Handbuch Bürgerbeteiligung. Verfahren und Akteure, Chancen und Grenzen, Bonn: BzpB
- Sarcinelli, Ulrich (2011): Medien und Demokratie, in: Demokratie in Deutschland 2011 – Ein Report der Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin
- Stürmer, S. (2011): Soziale Repräsentation von Bürgerprotesten: Der Wutbürger – soziale Realität, Feuilleton-Chimäre oder politischer Kampfbegriff, in: Politische Psychologie, 1. Jahrgang, Heft 1 (1), 2011; http://www.psychologie-aktuell.com/fileadmin/download/PP_1-2011.pdf [29.11.2011]
- van Eimeren, Birgit/Gerhard, Heinz (1998): Talkshows – Formate und Zuschauerstrukturen. Überblick über Entwicklung und Nutzung eines alltäglichen Programmformates, in: Mediaperspektiven 12/1998, S. 600–607

Studien

- DIVSI Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet: Download der Studie unter https://www.divsi.de/sites/default/files/presse/docs/DIVSI-Milieu-Studie_Gesamtfassung.pdf [11.04.2013]
- Initiative D21 und dem (N)Onliner Atlas unter: <http://www.initiaved21.de/> [11.04.2013]; (Download (N)Onliner Atlas 2011 unter: <http://www.initiaved21.de/portfolio/nonliner-atlas> [11.04.2013])
- Rucht, D./Baumgarten, B./Teune, S./Stuppert, W. (2010): Befragung von Demonstranten gegen Stuttgart 21 am 18.10.2010; http://www.wzb.eu/sites/default/files/personen/schneider.kerstin.468/s21_kurzbericht_2.pdf [11.04.2013]

Typologie der Wünsche. Menschen, Medien, Märkte (TdW) 2013, Basis: 20.125 Fälle; Erhebungsraum: 2011/2012; Steckbrief:

- Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (70,213 Mio.), die Grundgesamtheit setzt sich zusammen aus:
 - o Deutsche
 - o EU-Ausländer
 - o und weitere Ausländer, die über einen Schulabschluss verfügen oder gegenwärtig eine Schule besuchen
- Stichprobe und Erhebung:
 - o ADM-Stichprobe mit 20.125 Befragten, erhoben 26. April bis 4. Juli 2012 und 21. Mai bis 3. August 2011
- Institute: IFAK, MMA, TNS Infratest (1. Welle)
- Erhebung durch computergestütztes Interview (CAPI) und Haushaltsbuch
- Termine:
 - o TdW 2013 – Datensatz: Oktober 2012
 - o TdW 2013 II – Datensatz: November 2012 mit TV-Daten aus der ma 2012 Intermedia
 - o TdW 2013 III – Datensatz: Februar 2013, Anpassung an die ma 2013 Pressemedien I

vhw Trendstudie 2010, Basis: 2.016 Fälle; Erhebungszeitraum: April – Juni 2010

Vorlesungen

Prof. Dr. Rudolf Korte (2006): Medien im politischen Entscheidungsprozess, Vorlesung, Universität Duisburg-Essen

Internet

- <http://www.brandeins.de/kiosk/brand-eins-fotos.html> [08.03.2012]
- <http://www.neon.de/artikel/freie-zeit/sport/turnschuhpendler/668566> [11.04.2013]
- <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=hipster> [11.04.2013]
- <http://www.kultmucke.de/hipsterolympiade/> [11.04.2013]
- <http://www.spinner-bruecke.de/ueberuns.htm> [11.04.2013]
- http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=71 [11.04.2013]
- http://www.schulz-von-thun.de/index.php?article_id=122&clang=0 [11.04.2013]
- <http://szenesprachenwiki.de/definition/shitstorm/> [11.04.2013]
- www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,699935,00.html [11.04.2013]
- <http://www.paulwatzlawick.de/paulwatzlawick.html> [11.04.2013]
- <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/facebook-mark-zuckerberg-wirbt-fuer-boersengang-um-investoren-a-831890.html> [11.04.2013]
- <http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/546706/Zwei-Pfund-Nostalgie-bitte> [11.04.2013]

- <https://www.familienhandbuch.de/familienforschung/kinder-in-der-familie/empty-nest-wenn-die-kinder-das-haus-verlassen> [11.04.2013]
- <http://www.spiegel.de/gesundheit/diagnose/aerztemangel-auf-dem-land-deutschland-sucht-den-landarzt-a-884797.html> [11.04.2013]
- <http://www.leihomas-leihopas.de/> [11.04.2013]
- <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/> [11.04.2013]
- <http://www.youtube.com/user/Volkswagen> [11.04.2013]
- <http://www.youtube.com/watch?v=kGsDEc1zMkk&list=UUHCamKixBW6RCJMPwNJyM1Q&index=9&feature=plcp> [11.04.2013]
- http://www.filderstadt.de/servlet/PB/show/1435226/Filderstadt_KW39.pdf [10.04.2013]
- <http://meinlb.de/> [11.04.2013]
- <http://www.sinus-institut.de/> [11.04.2013]

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Sinus-Milieus mit Subdifferenzierung	8	Abbildung 27:	Performer – Derzeitiger Wohnort	32
Abbildung 2:	Die Sinus-Milieus und Milieusegmente	9	Abbildung 28:	Performer – Aufstiegsorientierung	34
Abbildung 3:	Die Leitmilieus	11	Abbildung 29:	Performer – Einstellungen zum Leben	34
Abbildung 4:	Konservativ-Etablierte – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	13	Abbildung 30:	Performer – Soziale Gewandtheit	35
Abbildung 5:	Konservativ-Etablierte – Altersstruktur	13	Abbildung 31:	Die Kritisch-kreativen Milieus	38
Abbildung 6:	Konservativ-Etablierte – Anteil Migranten	14	Abbildung 32:	Expeditiv – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	39
Abbildung 7:	Konservativ-Etablierte – Schulabschluss	14	Abbildung 33:	Expeditiv – Altersstruktur	39
Abbildung 8:	Konservativ-Etablierte – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	15	Abbildung 34:	Expeditiv – Anteil Migranten	40
Abbildung 9:	Konservativ-Etablierte – Derzeitiger Wohnort	15	Abbildung 35:	Expeditiv – Schulabschluss	40
Abbildung 10:	Konservativ-Etablierte – Aufstiegsorientierung	17	Abbildung 36:	Expeditiv – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	41
Abbildung 11:	Konservativ-Etablierte – Einstellungen zum Leben	18	Abbildung 37:	Expeditiv – Eigenes Einkommen	41
Abbildung 12:	Konservativ-Etablierte – Soziale Gewandtheit	19	Abbildung 38:	Expeditiv – Derzeitiger Wohnort	42
Abbildung 13:	Liberal-Intellektuelle – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	22	Abbildung 39:	Expeditiv – Aufstiegsorientierung	44
Abbildung 14:	Liberal-Intellektuelle – Altersstruktur	22	Abbildung 40:	Expeditiv – Einstellungen zum Leben	44
Abbildung 15:	Liberal-Intellektuelle – Anteil Migranten	23	Abbildung 41:	Expeditiv – Soziale Gewandtheit	45
Abbildung 16:	Liberal-Intellektuelle – Schulabschluss	23	Abbildung 42:	Experimentalisten – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	48
Abbildung 17:	Liberal-Intellektuelle – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	24	Abbildung 43:	Experimentalisten – Altersstruktur	48
Abbildung 18:	Liberal-Intellektuelle – Derzeitiger Wohnort	24	Abbildung 44:	Experimentalisten – Anteil Migranten	49
Abbildung 19:	Liberal-Intellektuelle – Aufstiegsorientierung	26	Abbildung 45:	Experimentalisten – Schulabschluss	49
Abbildung 20:	Liberal-Intellektuelle – Einstellungen zum Leben	26	Abbildung 46:	Experimentalisten – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	50
Abbildung 21:	Liberal-Intellektuelle – Soziale Gewandtheit	27	Abbildung 47:	Experimentalisten – Eigenes Einkommen	50
Abbildung 22:	Performer – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	30	Abbildung 48:	Experimentalisten – Derzeitiger Wohnort	51
Abbildung 23:	Performer – Altersstruktur	30	Abbildung 49:	Experimentalisten – Aufstiegsorientierung	53
Abbildung 24:	Performer – Anteil Migranten	31	Abbildung 50:	Experimentalisten – Einstellungen zum Leben	53
Abbildung 25:	Performer – Schulabschluss	31	Abbildung 51:	Experimentalisten – Soziale Gewandtheit	54
Abbildung 26:	Performer – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	32	Abbildung 52:	Die Milieus des Bürgerlichen Mainstreams	57
			Abbildung 53:	Sozialökologische – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	58
			Abbildung 54:	Sozialökologische – Altersstruktur	58
			Abbildung 55:	Sozialökologische – Anteil Migranten	59

Abbildung 56:	Sozialökologische – Schulabschluss	59	Abbildung 85:	Traditionelle – Schulabschluss	87
Abbildung 57:	Sozialökologische – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	60	Abbildung 86:	Traditionelle – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	88
Abbildung 58:	Sozialökologische – Derzeitiger Wohnort	60	Abbildung 87:	Traditionelle – Derzeitiger Wohnort	88
Abbildung 59:	Sozialökologische – Aufstiegsorientierung	62	Abbildung 88:	Traditionelle – Aufstiegsorientierung	90
Abbildung 60:	Sozialökologische – Einstellungen zum Leben	62	Abbildung 89:	Traditionelle – Einstellungen zum Leben	91
Abbildung 61:	Sozialökologische – Soziale Gewandtheit	63	Abbildung 90:	Traditionelle – Soziale Gewandtheit	92
Abbildung 62:	Bürgerliche Mitte – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	67	Abbildung 91:	Die Prekären Milieus	94
Abbildung 63:	Bürgerliche Mitte – Altersstruktur	67	Abbildung 92:	Prekäre – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	95
Abbildung 64:	Bürgerliche Mitte – Anteil Migranten	68	Abbildung 93:	Prekäre – Altersstruktur	95
Abbildung 65:	Bürgerliche Mitte – Schulabschluss	68	Abbildung 94:	Prekäre – Anteil Migranten	96
Abbildung 66:	Bürgerliche Mitte – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	69	Abbildung 95:	Prekäre – Schulabschluss	96
Abbildung 67:	Bürgerliche Mitte – Derzeitiger Wohnort	69	Abbildung 96:	Prekäre – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	97
Abbildung 68:	Bürgerliche Mitte – Aufstiegsorientierung	71	Abbildung 97:	Prekäre – Derzeitiger Wohnort	97
Abbildung 69:	Bürgerliche Mitte – Einstellungen zum Leben	71	Abbildung 98:	Prekäre – Aufstiegsorientierung	99
Abbildung 70:	Bürgerliche Mitte – Soziale Gewandtheit	72	Abbildung 99:	Prekäre – Einstellungen zum Leben	99
Abbildung 71:	Adaptiv-Pragmatische – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	76	Abbildung 100:	Prekäre – Soziale Gewandtheit	100
Abbildung 72:	Adaptiv-Pragmatische – Altersstruktur	76	Abbildung 101:	Konsum-Hedonisten – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	103
Abbildung 73:	Adaptiv-Pragmatische – Anteil Migranten	77	Abbildung 102:	Konsum-Hedonisten – Altersstruktur	103
Abbildung 74:	Adaptiv-Pragmatische – Schulabschluss	77	Abbildung 103:	Konsum-Hedonisten – Anteil Migranten	104
Abbildung 75:	Adaptiv-Pragmatische – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	78	Abbildung 104:	Konsum-Hedonisten – Schulabschluss	104
Abbildung 76:	Adaptiv-Pragmatische – Eigenes Einkommen	78	Abbildung 105:	Konsum-Hedonisten – Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	105
Abbildung 77:	Adaptiv-Pragmatische – Derzeitiger Wohnort	79	Abbildung 106:	Konsum-Hedonisten – Eigenes Einkommen	105
Abbildung 78:	Adaptiv-Pragmatische – Aufstiegsorientierung	81	Abbildung 107:	Konsum-Hedonisten – Derzeitiger Wohnort	106
Abbildung 79:	Adaptiv-Pragmatische – Einstellungen zum Leben	81	Abbildung 108:	Konsum-Hedonisten – Aufstiegsorientierung	108
Abbildung 80:	Adaptiv-Pragmatische – Soziale Gewandtheit	82	Abbildung 109:	Konsum-Hedonisten – Einstellungen zum Leben	108
Abbildung 81:	Die Traditionellen	85	Abbildung 110:	Konsum-Hedonisten – Soziale Gewandtheit	109
Abbildung 82:	Traditionelle – Anteil an der Bevölkerung und Geschlechterverhältnis	86	Abbildung 111:	Beteiligungsquoten bei der Bürgerbeteiligung in den Milieus	113
Abbildung 83:	Traditionelle – Altersstruktur	86	Abbildung 112:	Elemente des Dialogprozesses	117
Abbildung 84:	Traditionelle – Anteil Migranten	87	Abbildung 113:	Mögliche Quartiertypen	119
			Abbildung 114:	Die vier Seiten einer Botschaft nach Schulz von Thun	123

Abbildung 115:	Die vier Seiten einer Botschaft – „Es ist kalt hier“	123	Abbildung 143:	Traditionelle – Funktionen von Medien	179
Abbildung 116:	Strukturierung von Kommunikationsabläufen	125	Abbildung 144:	Traditionelle – TV-Genres	180
Abbildung 117:	Mediennutzung in der Freizeit – Gesamtbetrachtung	127	Abbildung 145:	Traditionelle – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen	181
Abbildung 118:	Bevorzugte TV-Genres in den Milieus	128	Abbildung 146:	Traditionelle – Schon einmal genutzte Onlineangebote	182
Abbildung 119:	Internetnutzung nach Altersgruppen sowie Altersgruppen und Geschlecht	129	Abbildung 147:	Prekäre Milieus – Kommunikationsweise	186
Abbildung 120:	Internetnutzung nach Bildungsabschluss sowie Haushaltsnettoeinkommen	130	Abbildung 148:	Prekäre Milieus – Mediennutzung in der Freizeit	189
Abbildung 121:	Internetnutzung nach Milieus	131	Abbildung 149:	Prekäre Milieus – Funktionen von Medien	190
Abbildung 122:	Internetmilieus zu Vertrauen und Sicherheit im Netz	132	Abbildung 150:	Prekäre Milieus – TV-Genres	191
Abbildung 123:	Leitmilieus – Kommunikationsweise	136	Abbildung 151:	Prekäre Milieus – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen	192
Abbildung 124:	Leitmilieus – Mediennutzung in der Freizeit	139	Abbildung 152:	Prekäre Milieus – Schon einmal genutzte Onlineangebote	194
Abbildung 125:	Leitmilieus – Funktionen von Medien	140	Abbildung 153:	Bürgerdialog – Bekanntheit und Status quo	197
Abbildung 126:	Leitmilieus – TV-Genres	141	Abbildung 154:	Bürgerdialog – Potenzielle Steigerungen in den Milieus	198
Abbildung 127:	Leitmilieus – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen	142	Abbildung 155:	Entscheidungskriterien bei Umzug – Gesamtbetrachtung	199
Abbildung 128:	Leitmilieus – Schon einmal genutzte Onlineangebote	144	Abbildung 156:	Wichtige Aspekte im Quartier – Gesamtbetrachtung	200
Abbildung 129:	Kritisch-kreative Milieus – Kommunikationsweise	150	Abbildung 157:	Planungs- und Entscheidungsprozesse – Beteiligung und Interesse	201
Abbildung 130:	Kritisch-kreative Milieus – Mediennutzung in der Freizeit	152	Abbildung 158:	Leitmilieus – Bürgerdialog: Status quo	202
Abbildung 131:	Kritisch-kreative Milieus – Funktionen von Medien	153	Abbildung 159:	Leitmilieus – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten	203
Abbildung 132:	Kritisch-kreative Milieus – TV-Genres	154	Abbildung 160:	Leitmilieus – Interesse, sich zu beteiligen	204
Abbildung 133:	Kritisch-kreative Milieus – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen	155	Abbildung 161:	Leitmilieus – Gründe, sich nicht zu engagieren	205
Abbildung 134:	Kritisch-kreative Milieus – Schon einmal genutzte Onlineangebote	157	Abbildung 162:	Leitmilieus – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen	206
Abbildung 135:	Mainstream-Milieus – Kommunikationsweise	163	Abbildung 163:	Leitmilieus – Engagementbereitschaft im Vergleich	208
Abbildung 136:	Mainstream-Milieus – Mediennutzung in der Freizeit	166	Abbildung 164:	Leitmilieus – Engagementbereitschaft	209
Abbildung 137:	Mainstream-Milieus – Funktionen von Medien	167	Abbildung 165:	Leitmilieus – Erleichterung der Teilnahme, wenn	210
Abbildung 138:	Mainstream-Milieus – TV-Genres	168	Abbildung 166:	Kritisch-kreative Milieus – Bürgerdialog: Status quo	211
Abbildung 139:	Mainstream-Milieus – Regelmäßig/gelegentlich genutzte Onlineanwendungen	169	Abbildung 167:	Kritisch-kreative Milieus – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten	212
Abbildung 140:	Mainstream-Milieus – Schon einmal genutzte Onlineangebote	171	Abbildung 168:	Kritisch-kreative Milieus – Interesse, sich zu beteiligen	213
Abbildung 141:	Traditionelle – Kommunikationsweise	176	Abbildung 169:	Kritisch-kreative Milieus – Gründe, sich nicht zu engagieren	214
Abbildung 142:	Traditionelle – Mediennutzung in der Freizeit	178	Abbildung 170:	Kritisch-kreative Milieus – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen	215
			Abbildung 171:	Kritisch-kreative Milieus – Engagementbereitschaft im Vergleich	216
			Abbildung 172:	Kritisch-kreative Milieus – Engagementbereitschaft	217

Abbildung 173:	Kritisch-kreative Milieus – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...	218
Abbildung 174:	Mainstream-Milieus – Bürgerdialog: Status quo	220
Abbildung 175:	Mainstream-Milieus – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten	221
Abbildung 176:	Mainstream-Milieus – Interesse, sich zu beteiligen	222
Abbildung 177:	Mainstream-Milieus – Gründe, sich nicht zu engagieren	223
Abbildung 178:	Mainstream-Milieus – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen	225
Abbildung 179:	Mainstream-Milieus – Engagementbereitschaft im Vergleich	226
Abbildung 180:	Mainstream-Milieus – Engagementbereitschaft	227
Abbildung 181:	Mainstream-Milieus – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...	228
Abbildung 182:	Traditionelle – Bürgerdialog: Status quo	230
Abbildung 183:	Traditionelle – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten	231
Abbildung 184:	Traditionelle – Interesse, sich zu beteiligen	232
Abbildung 185:	Traditionelle – Gründe, sich nicht zu engagieren	233
Abbildung 186:	Traditionelle – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen	234
Abbildung 187:	Traditionelle – Engagementbereitschaft im Vergleich	235
Abbildung 188:	Traditionelle – Engagementbereitschaft	236
Abbildung 189:	Traditionelle – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...	237
Abbildung 190:	Prekäre Milieus – Bürgerdialog: Status quo	238
Abbildung 191:	Prekäre Milieus – Teilhabe an Beteiligungsmöglichkeiten	239
Abbildung 192:	Prekäre Milieus – Interesse, sich zu beteiligen	240
Abbildung 193:	Prekäre Milieus – Gründe, sich nicht zu engagieren	241
Abbildung 194:	Prekäre Milieus – Aussagen zu Planungs- und Entscheidungsprozessen	243
Abbildung 195:	Prekäre Milieus – Engagementbereitschaft im Vergleich	244
Abbildung 196:	Prekäre Milieus – Engagementbereitschaft	245
Abbildung 197:	Prekäre Milieus – Derzeitiges oder früheres Engagement für	246
Abbildung 198:	Prekäre Milieus – Erleichterung der Teilnahme, wenn ...	247

Impressum

Herausgeber:

vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e. V.

Vorstand: Peter Rohland

Fritschestraße 27/28, 10585 Berlin

Telefon: 030 39 04 73-0, Fax: 030 39 04 73-190

www.vhw.de, bund@vhw.de

Verlag:

vhw Dienstleistung GmbH

Hinter Hoben 149, 53129 Bonn

1. Auflage, Juni 2013

Alle Rechte beim Verlag

Autoren:

Stefanie Gutknecht

Peter Rohland

Bernd Hallenberg

Dr. Thomas Kuder

Sebastian Beck

Redaktion:

Stefanie Gutknecht

Ruby Nähring

Grafiken:

vhw, Tristan LANNUZEL, architecte D.P.L.G. urbaniste

Gestaltung:

PAPYRUS – Schreib- und Büroservice, Buxtehude

Druck:

DCM Druck Center Meckenheim GmbH

ISBN: 978-3-87941-956-2

