

# HML-Sinus Zielgruppen

---

---

## Das kooperative System

2012

# HML- Sinus- Zielgruppen-Strategie

Die regelmäßige, quantitative und qualitative Markterhebungen der HML-Modemarkt-Forschung über das Bekleidungs- und Einkaufsverhalten analysiert das Modeverhalten in den Sinusmilieus.

Damit entsteht eine geschlossene Darstellung der Lebenswelten – Modestil und des Konsum-/ Medienverhalten.

Den Unternehmensbereichen Marketing und Produktmanagement (Einkauf) steht ein einmaliger, gemeinsamer Datenpool zur Führung, Planung und Kontrolle zur Verfügung.

Individuelle Definition für jede Marke, jedes Unternehmensprofil

Viermal im Jahr eine aktualisierte STUDIE vergleichbarer Marktsegmentierung!

Wer Menschen (und damit natürlich auch Kunden) umfassend verstehen will, muss sich mit ihrem Alltag, ihrer Lebenswelt auseinandersetzen und zwar aus ihrer subjektiven Sicht.

**→ Vom Beschreiben zum Verstehen**

## Was sind die Sinus-Milieus®

Die Sinus-Milieus fassen Menschen zusammen, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln:

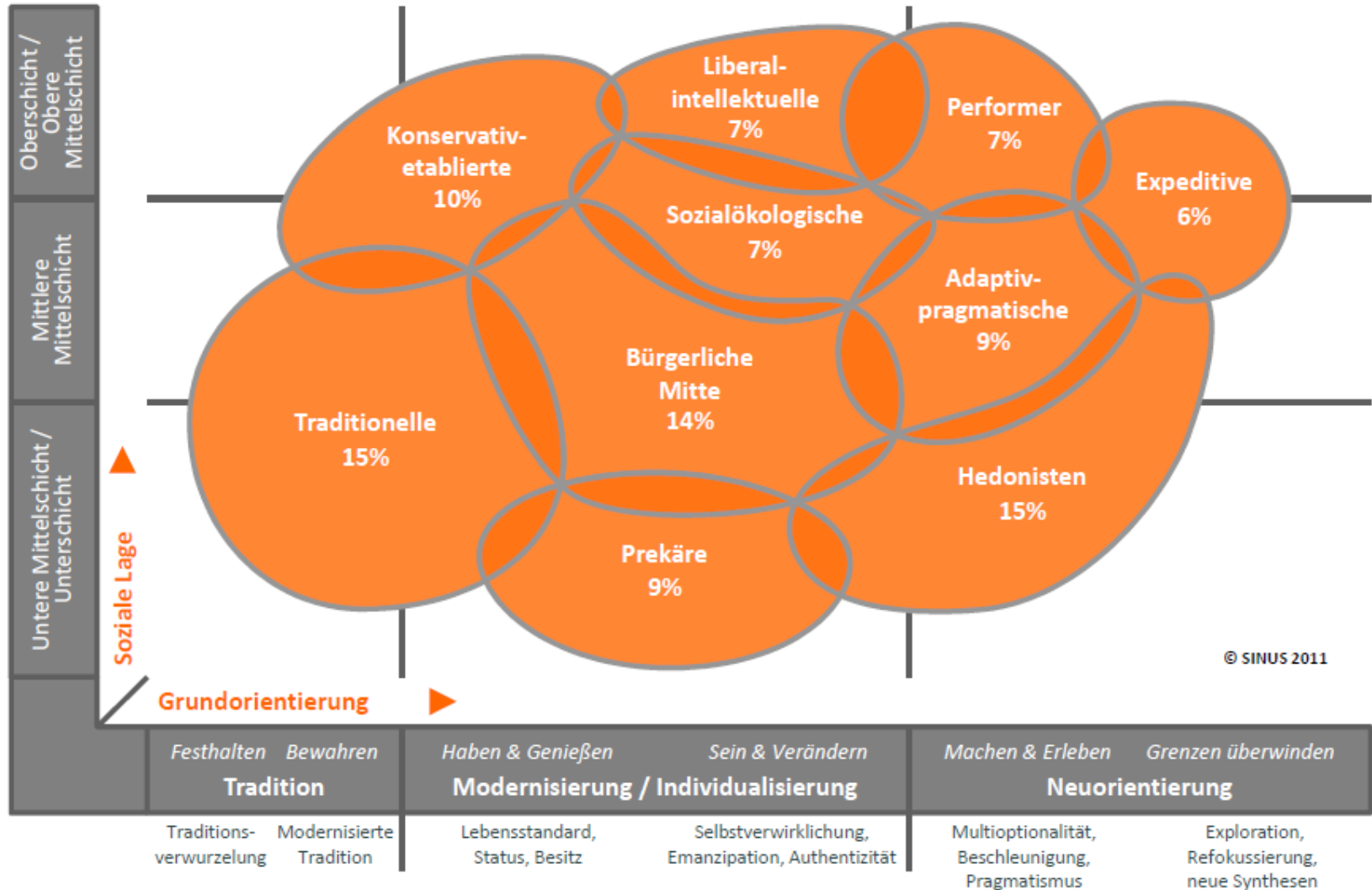
- Ähnliche Werteorientierung und soziale Lage
- Ähnlicher Lebensstil, Geschmack

**→ Gruppe Gleichgesinnter**

# HML- Sinus- Zielgruppen-Strategie

## Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> in Deutschland 2011

### Soziale Lage und Grundorientierung

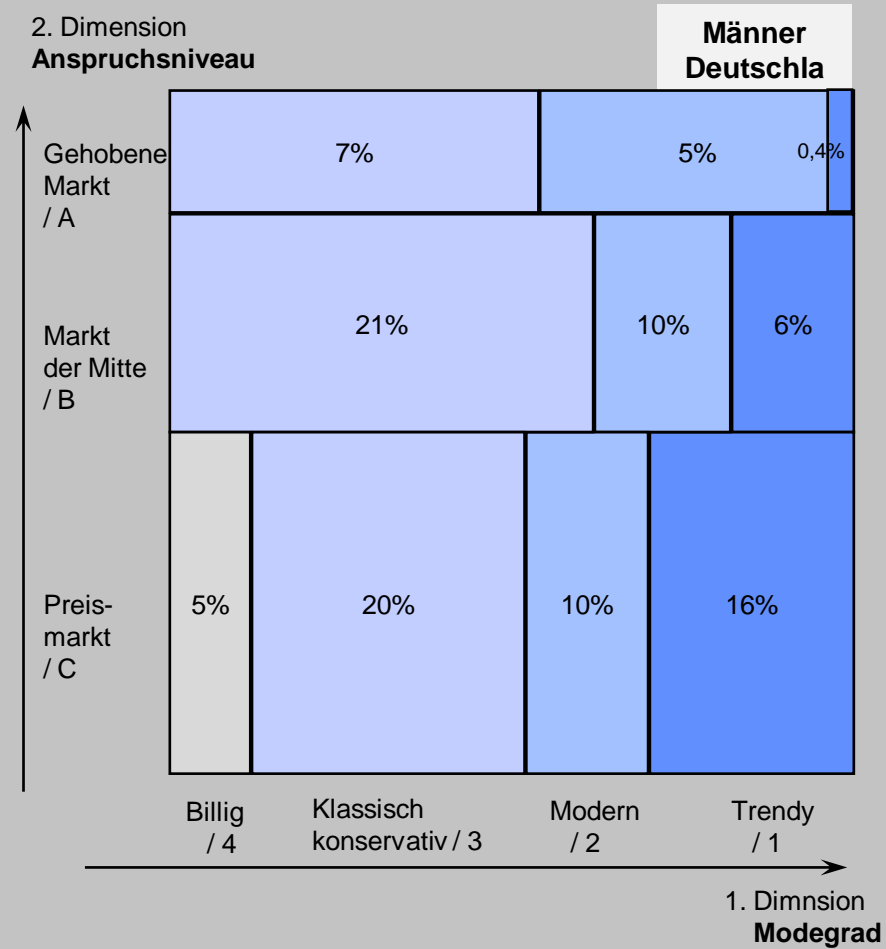
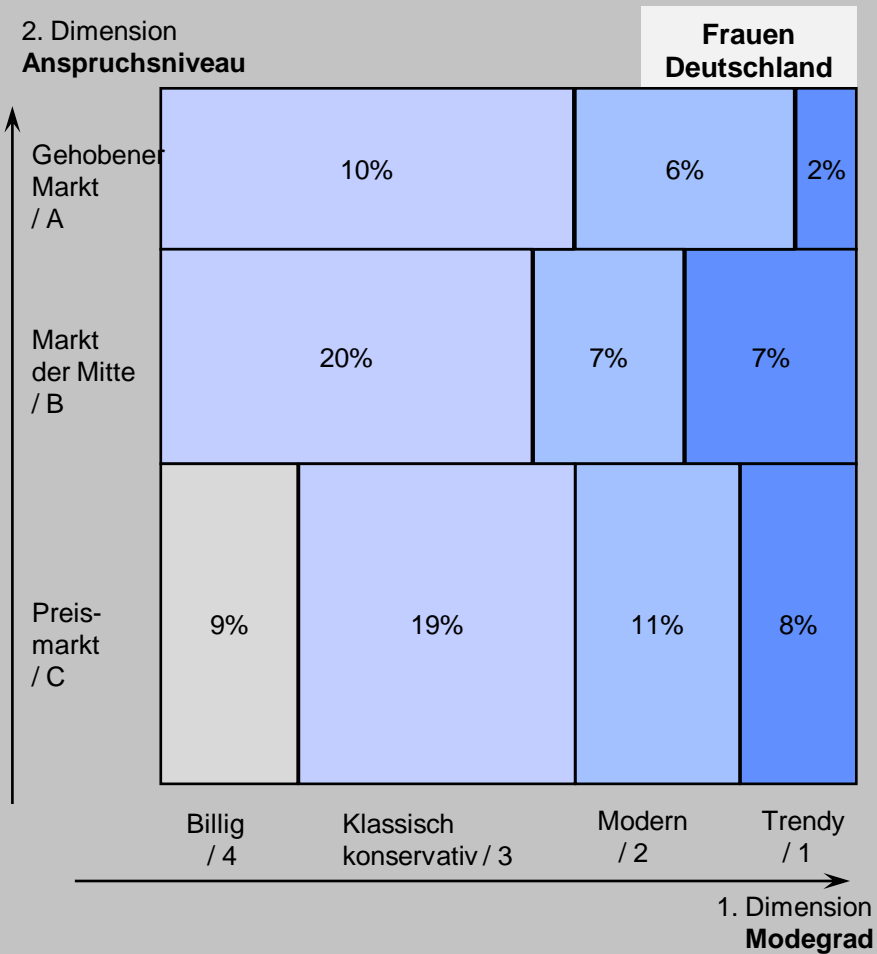


# HML- Sinus- Zielgruppen-Strategie

## Integration der Sinus-Milieus<sup>®</sup> in aktuelle Markt-Media-Studien und Panels

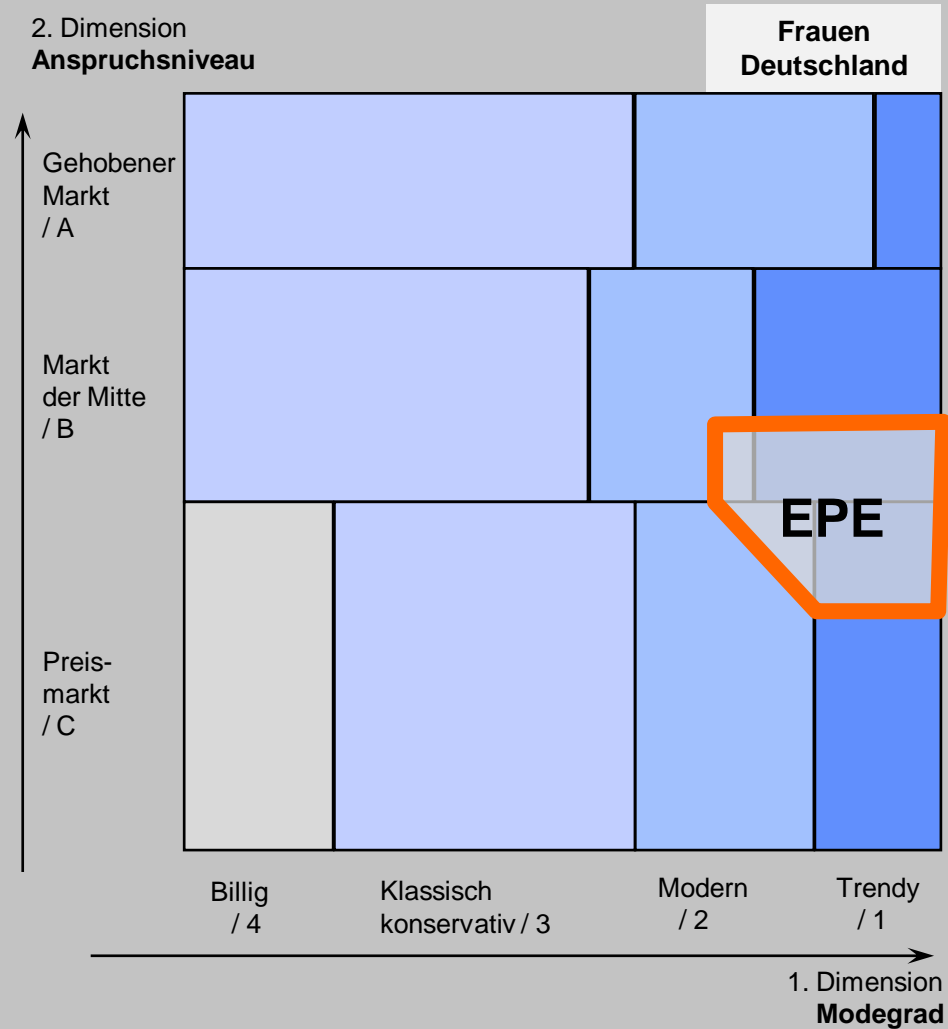
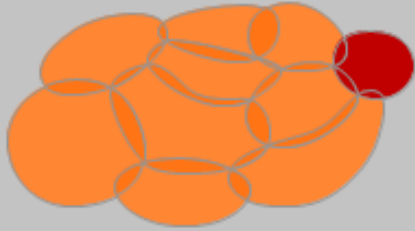
- |  |              |
|--|--------------|
| ■ Typologie der Wünsche Intermedia (TdWI)  | 20.000 Fälle |
| ■ VerbraucherAnalyse (VA)  | 30.000 Fälle |
| ■ Verbrauchs- und Medienanalyse (VUMA)   | 24.000 Fälle |
| ■ Nielsen Consumer Panel HOMESCAN und Nielsen Direct Mail Panel (Partner: The Nielsen Company) | 20.000 HH    |
| ■ AGF/GfK-Fernseh-Panel in Deutschland   | 11.500 Fälle |
| ■ ORF-Zuschauermeßsystem Teletest in Österreich  | 3.000 Fälle  |
| ■ SRG-Telecontrol-Meßsystem in der Schweiz   | 3.250 Fälle  |

# Der Zielgruppenwürfel



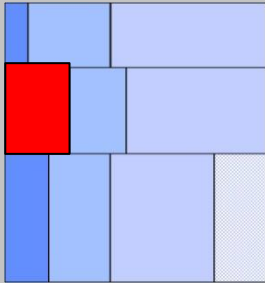
# Positionierung der Sinus-Milieus im HML-Zielgruppensystem (Beispiel)

## Expeditive Milieu





# Positionierung der HML-Segmente im Sinus-Milieumodell (Beispiel)



## 1b - Modebewusste Frau

