

PRESSEMITTEILUNG, Heidelberg / Berlin, 24.09.2021

8 von 10 Schweizern sind Optimisten

Digitalisierung, Klimawandel und Corona gehen an der Schweiz nicht spurlos vorüber. Innovationen, Technik, Trends und neue Mobilitätsoptionen sind Treiber für veränderte Verhaltensweisen. Das SINUS-Institut hat dies zum Anlass genommen, ein aktuelles Stimmungsbild der Schweizer Gesellschaft zu erheben und nach den Lebenswelten der Sinus-Milieus („Gruppen Gleichgesinnter“) zu analysieren. Dabei wurden die Themen Medien, Mobilität & Reisen, Konsum & Nachhaltigkeit, Spenden & Wohltätigkeit und Krankenversicherungen behandelt. Auch der Corona-Pandemie wurden einige Fragen gewidmet.

Das Land der Optimisten

14% der Gesamtbevölkerung blicken sehr optimistisch in die Zukunft, weitere 65% eher optimistisch. Besonders ausgeprägt ist der Optimismus im Sinus-Milieu der Performer, der flexiblen und global orientierten Leistungselite. Auch die Eskapisten, das hedonistisch geprägte, spaß- und freizeitorientierte Milieu, blickt optimistischer in die Zukunft als der Bevölkerungsschnitt.

Hohe Verbundenheit mit der Schweiz

Noch stärker als der Optimismus ist die Verbundenheit mit der Schweiz ausgeprägt. 87% der Eidgenossen fühlen sich sehr oder eher stark mit ihrem Land verbunden. Die Schwerpunkte sind in dieser Frage stark durch die gesellschaftliche Mitte und die Genügsamen Traditionellen - die traditionelle Arbeiter- und Bauernkultur - geprägt. Dagegen fühlen sich die Digitalen Kosmopoliten, wie bereits der Name erahnen lässt, am wenigsten mit der Schweiz verbunden.

Gefragt nach den Gefühlen, die mit der Schweiz verbunden werden, sind positive Emotionen klar vorherrschend: Zufrieden, behütet, sauber und behaglich sind Attribute, die in besonders hohem Maße zugeschrieben werden. Die Befragung bestätigt auch, dass Personen mit starkem Schweiz-Bezug überdurchschnittlich positive Emotionen in Hinblick auf ihr Land haben.

Corona: Impfbereitschaft ist hoch

Die Studie wirft unter anderem einen Blick auf die aktuelle Corona-Pandemie. So geben 88% der Befragten an, eine Impfung gegen das Coronavirus für sich nicht auszuschließen. Die größte Impfbereitschaft zeigt sich in den Milieus der Arrivierten, der souveränen gesellschaftlichen Elite. Zudem sind die Performer der Impfung überdurchschnittlich stark aufgeschlossen. Und auch die Digitalen Kosmopoliten, die weltoffene digital geprägte

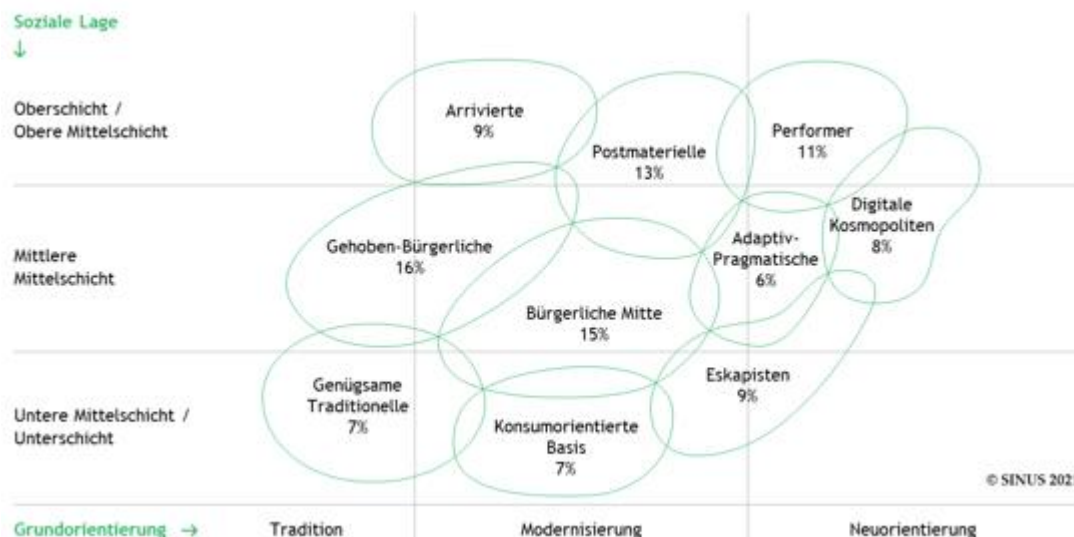
Avantgarde, weisen eine hohe Impfbereitschaft auf. „Die Beweggründe fallen in diesen Lebenswelten sehr unterschiedlich aus. Während die Arrivierten insbesondere die gesellschaftliche Verantwortung im Blick haben, sind es bei den Performern und Digitalen Kosmopoliten primär die eigene Leistungsfähigkeit und Flexibilität, die man auf jeden Fall erhalten möchte“, so Sandra Cerny, Associate Director bei SINUS.

Umfassende Bestandsaufnahme

Um den Veränderungen in Mediennutzung, Zukunftsoptimismus, Mobilität und vielen anderen Lebensbereichen Rechnung zu tragen, hat das SINUS-Institut eine umfassende Erhebung in der Schweiz durchgeführt. In einer repräsentativen Online-Studie in Kooperation mit dem Dialogmarketing-Spezialisten KünzlerBachmann Directmarketing wurden n=2.000 Personen im Alter von 16 bis 75 Jahren befragt. Die Feldarbeit wurde von 28. Juli bis 18. August mit dem Panelpartner GapFish durchgeführt. Die Ergebnisse sind in Form von Infopaketen über das SINUS-Institut und über KünzlerBachmann Directmarketing erhältlich.

Die Sinus-Milieus in der Schweiz:

Die Sinus-Milieus sind ein Gesellschafts- und Zielgruppenmodell. Die Sinus-Milieus fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zu „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen. Kurzbeschreibungen finden Sie unter <https://www.sinus-institut.de/sinus-milieu/sinus-milieus-schweiz>.



In der vertikalen Achse ist jeweils die soziale Lage (sie reicht von niedrig bis hoch) dargestellt und in der horizontalen Achse die Wertorientierung (sie reicht von traditionell bis postmodern). Je höher ein Milieu in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter nach rechts es sich erstreckt, desto modern im soziokulturellen Sinn ist die Grundorientierung des jeweiligen Milieus.

Über das SINUS-Institut

Die SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH mit Standorten in Heidelberg und Berlin, ist seit über 40 Jahren Spezialist für psychologische und sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung. Das Institut entwickelt Strategien für Unternehmen und Institutionen, die den soziokulturellen Wandel als Erfolgsfaktor nutzen.

Ein zentrales Tool dafür sind die [Sinus-Milieus](#)[®] - ein Gesellschafts- und Zielgruppenmodell, das Menschen nach ihren Lebenswelten in „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammenfasst. Die Sinus-Milieus[®] zählen seit Jahrzehnten zu den bekanntesten und einflussreichsten Segmentationsansätzen und sind mittlerweile für über 40 Länder verfügbar.

SINUS kooperiert eng mit den Schwesterunternehmen INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung in Wien, Österreich, und OPINION Market Research & Consulting, Nürnberg (INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe).

Weitere Informationen über das SINUS-Institut unter www.sinus-institut.de.

Kontakt für Rückfragen

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Tim Gensheimer

Telefon: +49 (0)6221 - 80 89 - 60

Mail: presse@sinus-institut.de

Über KünzlerBachmann Directmarketing

Der Name KünzlerBachmann Directmarketing steht seit rund 40 Jahren für Kompetenz im Dialogmarketing. Als einer der führenden und innovativsten Schweizer Full-ServiceAnbieter bietet das Unternehmen sämtliche Dialogmarketing-Dienstleistungen aus einer Hand. Dabei wird durch raffinierte Analyseprozesse der höchstmögliche Individualisierungsgrad sichergestellt und effizient mit der relevanten Dialogmarketing-Kampagne koordiniert. KünzlerBachmann Directmarketing unterstützt Sie bei der Umsetzung von crossmedialen Kommunikations-, Werbe- und Verkaufsstrategien. So erreichen Sie die richtige Zielgruppe, zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort.

KünzlerBachmann Directmarketing hat die Aktualisierung der Schweizer Infopakete tatkräftig unterstützt und steht für Beratung rund um die operative Anwendung der Lebenswelten im Marketing gerne zur Verfügung. Weitere Informationen über KünzlerBachmann unter <https://kbidirect.ch/>.

Kontakt für Rückfragen

KünzlerBachmann DirectmarketingAG

Susanne Roth

Telefon: +41 71 314 04 04

Mail: info@kbidirect.ch

Über GapFish

GapFish ist ein nach ISO 20252 zertifizierter Online-Access-Panelanbieter mit mehr als 40 Mitarbeitern und über 300 Kunden. 2012 in Berlin gegründet, verfügt GapFish über mehr als 500.000 Teilnehmer mit tiefgehender Profilierung in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Kooperationen u.a. mit der Mediengruppe RTL Deutschland, der Spiegel-Gruppe, der REWE Gruppe, Gemius, RMS, oder dem Österreichischen Gallup-Institut im Zusammenspiel mit neuesten Technologien wie Pixeltracking, GPS-Tracking oder Behavioral Metering ermöglichen GapFish auch die Abbildung von Spezialzielgruppen und Umsetzung anspruchsvoller Studiendesigns im Kontext der Markt-, Sozial- und Werbewirkungsforschung - ob Online oder Mobile.

GapFish, seit 2021 Teil der Cint Gruppe, ist Mitglied in den Verbänden ADM, BVM, ESOMAR und DGOF und fühlt sich deren Standesregeln verpflichtet. Weitere Informationen über Gapfish unter <https://gapfish.com/de/>.

Basierend auf soziodemografischen Profilinformatoren der Panel-TeilnehmerInnen wurde eine zufällig ausgewählte Stichprobe von n=2.000 Männern und Frauen im Alter von 16-75 Jahren repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bildung und Kanton quotiert. Die Sinus-Milieuinformationen liegen, getrennt gespeichert von weiteren Profilinformatoren, der GapFish GmbH vor und können fortan zur gezielten Rekrutierung verwendet werden.

Kontakt für Rückfragen

GapFish GmbH

Jonathan Heinemann

Telefon: +49 30 809 5206 - 58

Mail: info@gapfish.com