

# SINUS-MILIEUS® WOHN- UND LEBENSWELTEN SCHWEIZ



## GRUNDLAGEN



**Daten**

Diese Publikation basiert auf Daten der SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH sowie der KünzlerBachmann Directmarketing AG, der Publisuisse SA, der Microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH (Kartenmaterial) sowie auf den Marktkenntnissen von acasa Immobilien-Marketing GmbH und von Spezialisten aus verschiedenen Themengebieten. Die Inhalte sind aus Datenerhebungen sowie langjährigen Erfahrungen abgeleitet. Die Publikation versteht sich als fundiertes Hilfsmittel für die Bestimmung der Wohnzielgruppen sowie deren Bedürfnisse, ohne den Anspruch einer wissenschaftlichen Arbeit. Stand der Datengrundlage: 2019

**Bilder**

Die Bilder dienen der unterstützenden Erklärung der Forschungs- und Interpretationsergebnisse bzw. der textlichen Erläuterungen. Bilder Titelseite: Adobe Stock; Grafiken: acasa

**Rechtliche Hinweise**

Das vorliegende Werk umfasst die gedruckte und digitale Form sowie ein passwortgeschütztes Datenanalyse-Instrument (Milieus Analyzer). Das Werk in gedruckter und digitaler Form einschliesslich des Milieus Analyzers ist urheberrechtlich geschützt. Ohne schriftliche Genehmigung von acasa Immobilien-Marketing GmbH und SVIT Schweiz dürfen weder das Werk noch Teile daraus in irgendeiner Form (Fotokopien, Mikrofilm, elektronische Vervielfältigung oder ein anderes Verfahren) reproduziert, unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet. Das gedruckte und das digitalisierte Werk ist ausschliesslich für die Verwendung durch den Erwerber/die Erwerberin bestimmt. Die Weitergabe des digitalisierten Werks oder des Zugangsschlüssels zum Milieus Analyzer ist untersagt. Der Herausgeber/Verlag behält sich vor, den Zugang bei Verdacht auf Missbrauch zu sperren. Ein Weiterverkauf oder eine Veröffentlichung (ganz oder in Teilen) ist nicht gestattet. Dies gilt auch für das enthaltene Bildmaterial.

**Copyright:** acasa Immobilien-Marketing GmbH, Trendhouse, Thurgauerstrasse 111, 8152 Glattpark-Opfikon, [www.acasa.ch](http://www.acasa.ch)  
SVIT Schweiz, Puls 5, Giessereistrasse 18, 8005 Zürich, [www.svit.ch](http://www.svit.ch)

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Adenauerplatz 1, 69115 Heidelberg (Deutschland), [www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de)

**Auflage:** 1. Auflage 2020, Datenstand 2019

**Grafische Gestaltung:** graustufen, Ricketwilerstrasse 135, 8352 Ricketwil (Winterthur), [www.graustufen.ch](http://www.graustufen.ch)

**Druck:** Jordi AG, 3123 Belp (Papier FSC-zertifiziert)

**ISBN 978-3-9524851-2-5**

[www.wohnlebenswelten.ch](http://www.wohnlebenswelten.ch)



<b>WAS SIND SINUS-MILIEUS®?</b> .....	<b>4</b>
<b>WESHALB SINUS-MILIEUS®?</b> .....	<b>5</b>
<b>SINUS-MILIEUS® SCHWEIZ</b> .....	<b>6</b>
<b>SINUS-TRENDPROFIL</b> .....	<b>8</b>
<b>SINUS-MILIEUS® WOHN- UND LEBENSWELTEN SCHWEIZ</b> .....	<b>10</b>
<b>ANWENDUNGSFELDER UND FRAGESTELLUNGEN</b> .....	<b>12</b>
<b>WEITERFÜHRENDE HINWEISE</b> .....	<b>14</b>
<b>KONTAKT- UND BEZUGSADRESSEN</b> .....	<b>15</b>

# WAS SIND SINUS-MILIEUS<sup>®</sup> ?



## EIN INSTRUMENT FÜR DAS STRATEGISCHE MARKETING, MEDIA UND KOMMUNIKATION

Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> sind das Ergebnis von über 30 Jahren sozialwissenschaftlicher Forschung. Die Zielgruppenbestimmung dieses Ansatzes orientiert sich an der Lebensweltanalyse unserer Gesellschaft. Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> Schweiz gibt es seit 2002. Sie wurden spezifisch für die Schweizer Gesellschaft entwickelt.

Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> gruppieren Menschen, die sich in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähneln: Gruppen Gleichgesinnter. Grundlegende Wertorientierungen gehen dabei ebenso in die Analyse ein wie AlltagsEinstellungen zu Arbeit, Familie, Freizeit, Geld und Konsum.

Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> rücken also den Menschen und das gesamte Bezugssystem seiner Wohn- und Lebenswelt ganzheitlich ins Blickfeld. Damit bieten sie dem Marketing mehr Informationen und bessere Entscheidungshilfen als herkömmliche Zielgruppenansätze: Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> sind Zielgruppen, die es wirklich gibt. Sie liefern den «roten Faden» für Produktentwicklung, Strategie, Positionierung, Kommunikation, Werbe- und Mediaplanung sowie CRM.

Seit Anfang 2007 werden die Sinus-Milieus<sup>®</sup> auch in den Online-Pool der GfK Schweiz mit über 20 000 persönlich milieu-verorteten Teilnehmenden integriert und regelmässig aktualisiert.

Durch die Verknüpfung der Sinus-Milieus<sup>®</sup> mit einem mikrogeografischen Geo-Datensystem (Sinus Geo Milieus<sup>®</sup>) sind auch Direktmarketing-Anwendungen möglich. Die Milieus können auf vorhandene Kunden-Adressbestände sowie auf beliebige Flächengliederungen projiziert werden – bis zum Strassenzug bzw. der Mikrozone als kleinster Raumeinheit.

Darüber hinaus sind die Sinus-Milieus<sup>®</sup> in das Schweizer Nielsen Homescan-Panel integriert. Damit ist eine direkte Erfolgskontrolle milieuspezifischer Marketing- und Kommunikationsmassnahmen möglich.



# WESHALB SINUS-MILIEUS<sup>®</sup> ?

## ZIELGRUPPENOPTIMIERUNG MIT DEN SINUS-MILIEUS<sup>®</sup>

Der soziokulturelle Wandel stellt das Marketing vor neue Herausforderungen: Sowohl die zunehmende Fragmentierung der Märkte als auch die im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien zu beobachtenden Integrations- und Substitutionsprozesse führen zu Streu- und Effizienzverlusten in der Marketing-Kommunikation.

Erfolgreiche Produktplanung, Markenführung und Kommunikation setzen deshalb heute eine umfassende und zugleich differenzierte Zuwendung zum Verbraucher voraus und machen es nötig, Zielgruppen über die herkömmlichen soziodemografischen Merkmale hinaus präziser zu klassifizieren.

Mit den Sinus-Milieus<sup>®</sup> steht dafür ein leistungsfähiges, praxisnahes und bewährtes Planungsinstrument zur Verfügung, das die Wertorientierungen und Lebensstile der Verbraucher und deren Wandel berücksichtigt.

Als wissenschaftlich fundiertes Modell spiegeln die Sinus-Milieus<sup>®</sup> die Veränderungen der Gesellschaft wider. Die speziell auf die Schweiz angepassten Milieus erlauben den Nutzern, das moderne Wertgemenge besser zu verstehen und ihre Zielgruppen noch präziser anzusprechen.

Die Sinus-Milieus<sup>®</sup> sind...

- das Ergebnis von über 30 Jahren sozialwissenschaftlicher Forschung und Erfahrung.
- validiert und zukunftsweisend.
- lokal und international.
- funktional in allen Kategorien und Zielgruppen.
- flexibel im Einbezug von Veränderungen und Trends.
- verlinkt mit der Datenintegration in andere Forschungstools.
- bereit für den Transfer in die Fläche (Sinus Geo Milieus<sup>®</sup>).
- die Basis für Kundenbindung und Neukundengewinnung.
- ein unentbehrliches Instrument für die Kommunikation, die Marketing- und Mediaplanung sowie für die Trendforschung.



## EIN ABBILD DER ALLTAGSWIRKLICHKEIT IN DER SCHWEIZER GESELLSCHAFT

Die Sinus-Milieus® Schweiz wurden 2013 umfassend aktualisiert. Sie bilden die neue, durch den beschleunigten Wandel geprägte Alltagswirklichkeit in der Schweizer Gesellschaft ab. Das vorliegende Werk basiert auf Daten des Jahres 2019.

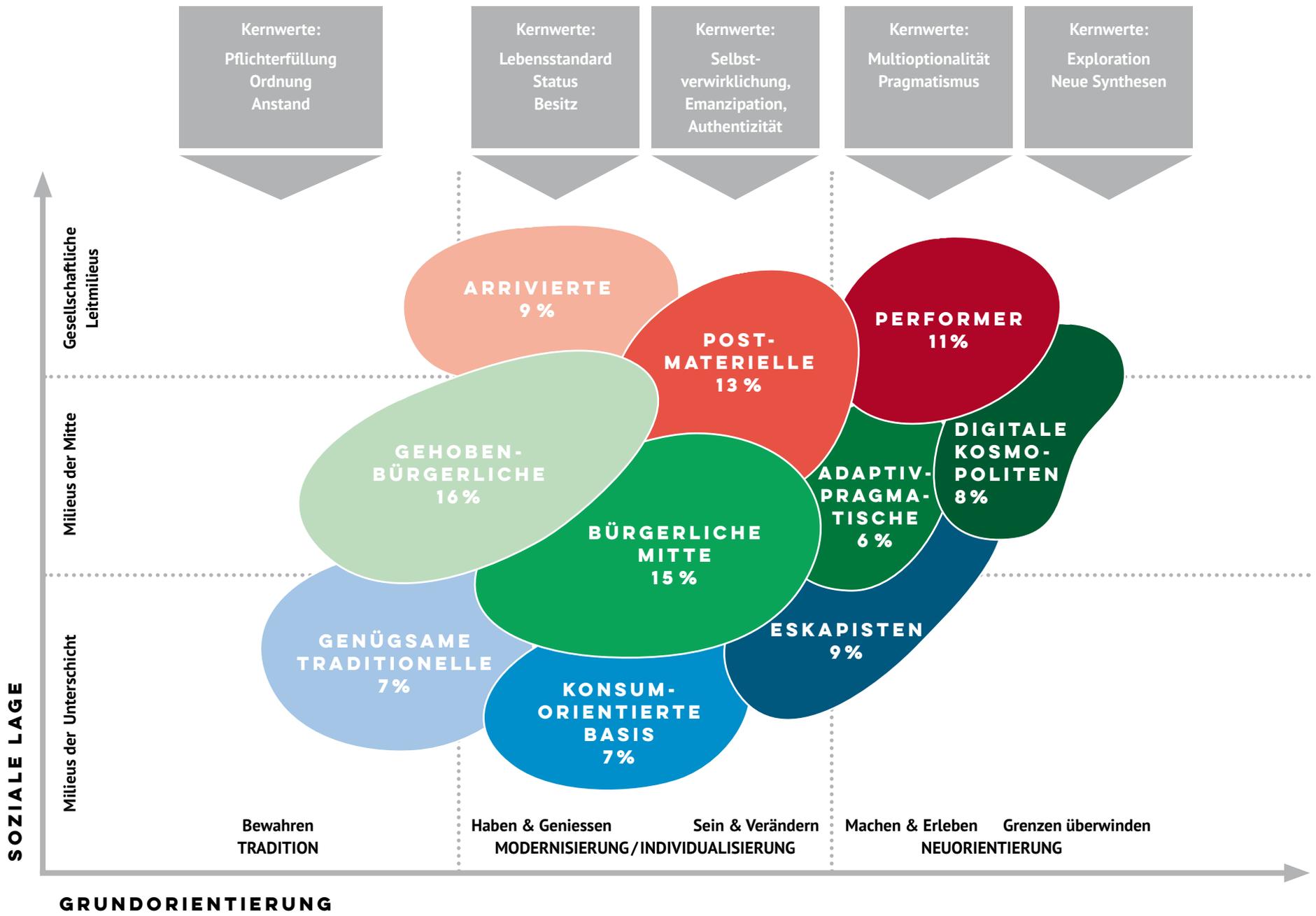
Insbesondere wurden die Auswirkungen von Globalisierung, Digitalisierung und weltweiter Wirtschaftskrise auf die Befindlichkeiten der Schweizer Bevölkerung berücksichtigt. Entwicklungen wie die Flexibilisierung von Arbeit und Privatleben, die Erosion klassischer Familienstrukturen, die Digitalisierung des Alltags und die wachsende Wohlstandspolarisierung (die Mittelschicht gerät unter Druck) resultieren in einer nachhaltig veränderten Milieu-Landschaft.

Die Grafik auf Seite 7 zeigt die aktuelle Milieu-Landschaft und die Positionen der verschiedenen Milieus in der Schweizer Gesellschaft nach sozialer Lage und Grundorientierung. Je höher ein Milieu in der Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppen. Je weiter rechts es sich befindet, desto moderner ist im soziokulturellen Sinn die Grundorientierung des jeweiligen Milieus.

In dieser «strategischen Landkarte» können Produkte, Immobilien, Marken und Medien positioniert werden. Die Grafik zeigt auch, dass die Grenzen fließend sind; Wohn- und Lebenswelten sind nicht eingrenzbar.

- Arrivierte** – die wohl situierte, souveräne gesellschaftliche Elite
- Postmaterielle** – die links-liberale, stark postmateriell geprägte obere Mitte
- Performer** – die flexible, global orientierte Leistungselite
- Gehoben-Bürgerliche** – die statusbewusste Mitte mit traditionell-bürgerlichem Lebensstil
- Bürgerliche Mitte** – die gesellschaftliche Mitte mit ausgeprägter Status-quo-Orientierung
- Adaptiv-Pragmatische** – die junge pragmatische, anpassungsbereite Mitte
- Digitale Kosmopoliten** – die experimentierfreudige, weltoffene, digital geprägte Avantgarde
- Genügsame Traditionelle** – die traditionelle Arbeiter- und Bauernkultur
- Konsumorientierte Basis** – die materialistisch geprägte, verunsicherte und resignierte Unterschicht
- Eskapisten** – die junge spass- und freizeitorientierte untere Mitte/Unterschicht

<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #f4a460; margin-right: 5px;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #e67e22; margin-right: 5px;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span>	Gesellschaftliche Leitmilieus
<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #a9c9a9; margin-right: 5px;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #27ae60; margin-right: 5px;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #1e8449; margin-right: 5px;"></span>	Milieus der Mitte
<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #5dade2; margin-right: 5px;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #0070c0; margin-right: 5px;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #004a7c; margin-right: 5px;"></span>	Milieus der Unterschicht



# SINUS-TRENDPROFIL



## WELCHE GRUNDTENDENZEN BESTIMMEN EIN MILIEU?

Ein wichtiges Element der Sinus-Milieus® ist das Trendprofil. Dieses zeigt die soziokulturellen Basis-trends der einzelnen Milieus. Die Trends lassen sich in die Grundtendenzen Progression, Verweigerung, Verzögerung und Anpassung einteilen. Die grafische Darstellung der Trendprofile mit der so genannten «Trendspinne» zeigt damit auf einen Blick, welche Grundtendenzen ein Milieu bestimmen.

Die Trendprofile basieren auf jahrzehntelanger Trendforschung mit empirisch-wissenschaftlichem Ansatz. Sie identifizieren und messen soziokulturelle Strömungen und leisten einen wichtigen Beitrag zur Zielgruppeninterpretation und Tiefenbetrachtung.

### PROGRESSION

#### Autozentrik

- Ich-Vertrauen, Selbstmanagement
- Individualität und Unabhängigkeit
- Leistungsethos, Vitalität

#### Digitale Kultur

- Neue soziale Organisationsformen
- Informations- und Kommunikationstechniken als zweite Natur
- Virtualisierung, Gleichzeitigkeit

#### Diversität

- Vielfalt als Chance und Notwendigkeit
- Liberalität, Offenheit, Multikulturalität
- Rollenflexibilität

### VERWEIGERUNG

#### Hedonismus

- Spass- und Unterhaltungsorientierung
- Leben im Hier und Jetzt
- Aversion gegen Zwänge und Routinen

#### Underdog Culture

- Selbstbild als Modernisierungsverlierer
- Gefühl der Ausgrenzung vs. Abkopplung vom Mainstream
- Trotziges Selbstbewusstsein
- Trash-Kultur

#### Überforderung

- Fehlende oder schwache soziale Normen, Regeln und Ordnung (Anomie)
- Verunsicherung
- Resignation und Zukunftspessimismus

### VERZÖGERUNG

#### Gesellschaftskritik

- Vertrauensverlust
- Fortschrittspessimismus, Frustration
- Kritik an Wachstumsparadigma und wirtschaftlicher Steigerungslogik

#### Entschleunigung

- Bedürfnis nach Reduktion von Komplexität
- Einfachheit, Überschaubarkeit – weniger ist mehr

#### Schutz & Balance

- Balance in allen Lebensbereichen
- Bedürfnis nach Schutz und Harmonie
- Gesundheits- und Wellness-Orientierung

### ANPASSUNG

#### Nachhaltigkeit

- Primat von Nachhaltigkeit und Ökologie
- Globales Verantwortungsbewusstsein

#### Regrounding

- Suche nach Verlässlichkeit, Regeln und Strukturen
- Wunsch nach Halt und Verankerung

#### Adaptive Navigation

- Flexibilität, Pragmatismus, Nutzenorientierung
- Unvorhersehbarkeit und ständiger Wandel als Chance



# SINUS-MILIEUS® WOHN- UND LEBENSWELTEN SCHWEIZ



EIN INSTRUMENT FÜR DAS STRATEGISCHE MARKETING IN DER IMMOBILIEN-WIRTSCHAFT

Im Hinblick auf zielgruppenoptimierte Kommunikation steht die Immobilien-Wirtschaft vor besonderen Herausforderungen. Das Kundenverhalten hat sich auf Grund des demografischen Wandels einerseits und der Information und Aufklärung durch das Internet andererseits drastisch verändert und heterogener aufgesplittet.

Hinzu kommt, dass neben der rationalen Argumentation bei Wohnimmobilien – Architektur, Ausstattung, Fläche, Grundriss, Technik und Preis – emotionale Faktoren eine wesentliche Bedeutung erhalten haben. Wohnen ist ein Grundbedürfnis des Menschen, bei dem heute Faktoren wie gesellschaftlicher Status, Lifestyle, Wohlfühlen und Lebensqualität eine wesentliche Rolle spielen. Immobilien sind überdies auch Investitionen, die gerade in wirtschaftlich bewegten Zeiten an Bedeutung gewinnen.

Die Sinus-Milieus® Wohn- und Lebenswelten Schweiz bieten fundierte Grundlagen, um Immobilien und Wohnformen emotional und werthaltig als Marken im Markt zu platzieren.

Für die Sinus-Milieus® Wohn- und Lebenswelten Schweiz wurden ergänzend zu den bekannten Sinus-Milieus® zusätzliche Kriterien wie Ansprüche an Architektur, Innenausstattung und Lage des Erstwohnsitzes analysiert und ausgewertet. Die Daten ermöglichen somit eine glaubwürdige Basis für die Positionierung von Immobilien im Markt.

Bereiche wie Architektur, Ausstattung, Kommunikations- und Nachbarschaftsverhalten sowie Entscheidungs- und Finanzierungsaspekte werden praxisnah und im Tagesgeschäft anwendbar für jedes (Wohn-)Milieu dargestellt.

Mit auf den Standort und Einzugsbereich bezogene Milieu-Informationen auf der Basis mikrogeografischer Auswertungen (Sinus Geo Milieus®) lassen sich überdies fundierte Markt-, Produkt- und Preisprognosen erstellen sowie Akquisitionspotenziale und -gebiete lokalisieren. Dominante Milieus sowie Kaufkraftklassen können für jede beliebige Postleitzahl der Schweiz auf Strassenabschnittsebene sichtbar gemacht werden; im vorliegenden Werk jeweils anhand des Beispiels Affoltern am Albis.

Die Sinus-Milieus® Wohn- und Lebenswelten Schweiz ermöglichen...

- eine schnellere Vermarktung von Immobilien.
- zielgruppengerechte Preisfestsetzung.
- eine optimal abgestimmte, strukturierte und zielgerichtete Kommunikation und Vermarktung.
- eine klare Positionierung und dadurch Abgrenzung zu Konkurrenzangeboten.
- eine fundierte Bestimmung des Objektmixes.
- eine grössere Identifikation der Bewohner mit der Immobilie.
- eine höhere Zufriedenheit der Bewohner und damit eine geringere Fluktuation.
- eine nachbarschaftliche Ausgewogenheit mit guter sozialer Durchmischung.
- Synergien im Standort- und Produktmarketing.



# ANWENDUNGSFELDER UND FRAGESTELLUNGEN



## DIE GRUNDLAGE FÜR ZIELGRUPPENOPTIMIERTE ENTWICKLUNG UND VERMARKTUNG VON IMMOBILIEN

### Anwendungsfeld Immobilien-Markt

- Standort- und Marktanalysen
- Potenzialanalysen
- Infrastrukturplanung
- Quartierplanung
- Abgrenzung gegenüber Konkurrenzangeboten

### Anwendungsfeld Städtebau und Planung

- Entwicklungsgebiete
- Quartierentwicklung
- Themenquartiere
- Lebenswelten
- Marktgestaltung

### Anwendungsfeld Produktentwicklung

- Architektur
- Bautechnik
- Ökologie
- Grundrisse
- Wohnflächen
- Aussenräume
- Ausstattung
- Design
- Freiraumgestaltung
- Nebenräume
- Parkplätze

### Anwendungsfeld Preismix und Finanzierung

- Preisspannen Miete und Eigentum
- Miete vs. Eigentum
- Genossenschaftliches Wohnen

### Anwendungsfelder Sozialverhalten und Freizeit

- Nachbarschaft
- Gemeinschaft vs. Individualisierung
- Quartierkonzept
- Ferien und Reisen
- Sport

### Anwendungsfeld Kommunikation und Vermarktung

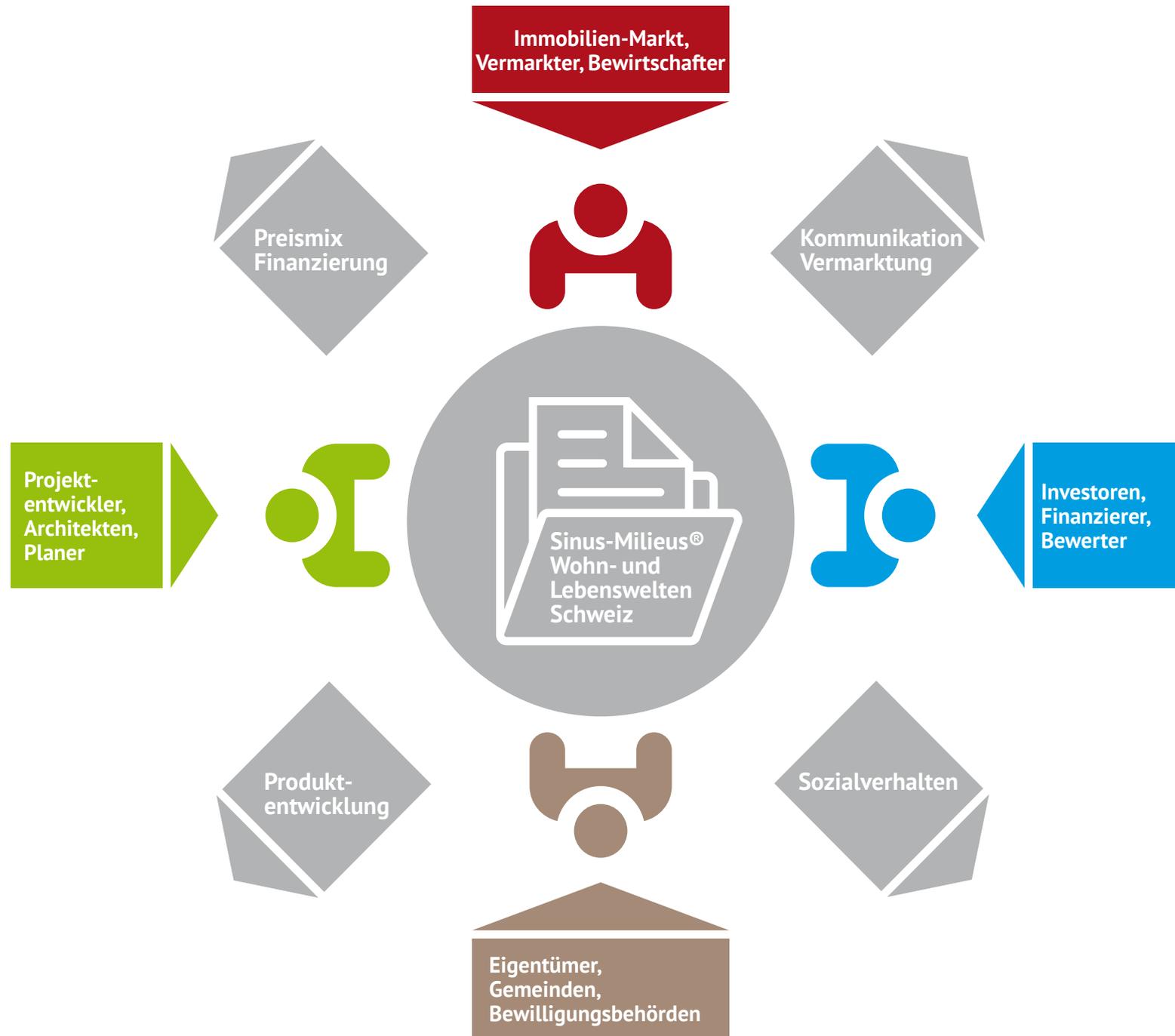
- Markenaufbau und -positionierung
- Image
- Erscheinungsbild
- Vermarktungsstrategie
- Marketing- und Kommunikationsmassnahmen
- PR und Öffentlichkeitsarbeit

### Anwendungsfeld Produkt- und Dienstleistungsmarketing

- Innenausbau, Ausstattung, Küchen- und Badbau, Möbel, Aussenraumgestaltung und -unterhalt, Versicherungen, Finanzierung etc.
- Zielgruppengerechte Kundenansprache, Marketinginstrumente, -kanäle und -massnahmen

### Beispiele für konkrete Fragestellungen

- Passt mein Immobilien-Angebot zu der von mir angestrebten Zielgruppe?
- Welche Zielgruppe ist für meine geplante Immobilie optimal?
- Ich möchte eine bestimmte Zielgruppe ansprechen. Welches Immobilien-Angebot muss ich zur Verfügung stellen?
- Welche Defizite oder Übererfüllungen weist meine Immobilie im Hinblick auf die optimale Zielgruppe auf?
- Welchen Fokus soll ich bei der Wohnungsausstattung legen?
- Wie erreiche ich die für meine Immobilie passende Zielgruppe am besten?
- Welche Preise kann ich für mein Immobilien-Angebot erzielen?
- Welche Quartierausstattung muss ich im Hinblick auf die optimale Zielgruppe sicherstellen können?



# WEITERFÜHRENDE HINWEISE



## DAS PROJEKT

Das Projekt Sinus-Milieus® Wohn- und Lebenswelten Schweiz basiert auf einer mehrjährigen intensiven Auseinandersetzung einer engagierten Projektgruppe mit der Anwendung der etablierten Sinus-Milieus® Schweiz auf die Wohn- und Lebenswelt der Schweizer Bevölkerung. Damit haben Nutzerinnen und Nutzer eine fundierte datenbasierte Grundlage für vielfältige Anwendungen rund um das Wohnverhalten der Schweizer Bevölkerung zur Hand. Stand der Datengrundlage des vorliegenden Werks ist 2019. Ein besonderer Dank gebührt den Mitgliedern der Projektgruppe – Dieter Beeler, Dieter Marmet, Jutta Romberg, Janina Ruhstaller und Alexandra Vogel – sowie den Partnern SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH und KünzlerBachmann Directmarketing AG Die Herausgeber acasa Immobilien-Marketing GmbH und SVIT Schweiz werden vertreten durch Beny Ruhstaller bzw. Ivo Cathomen.

## MILIEUS BASIS

Sinus-Milieus® Wohn- und Lebenswelten Schweiz umfasst in einer Sammlung nebst dem vorliegenden Heft «Grundlagen» vertiefte Informationen zu jedem der zehn Sinus-Milieus® in jeweils einem eigenen Heft. Das Werk bildet die Grundlage für eine gezielte Kundenansprache bei der Planung, der Vermietung und dem Verkauf von Immobilien sowie bei der Planung und dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen rund um den Bereich Wohnen.

## MILIEUS ANALYZER

Der passwortgeschützte Milieus Analyzer ist ein Online-Analyseinstrument, mit dem Nutzerinnen und Nutzer mit wenigen Klicks passende Milieus beispielsweise für Immobilien-Projekte identifizieren können. Die Identifikation der Milieus erfolgt auf Grund mehrerer

Faktoren wie etwa bestimmter Verhaltensweisen (z. B. Freizeitbeschäftigungen) oder Zugehörigkeit zu einer bestimmten Bevölkerungsgruppe, die u.a. anhand der Haushaltsgrösse ermittelt wird. Milieus Basis und Milieus Analyzer bilden eine Einheit und werden nur gemeinsam vertrieben.

Testen Sie den Milieus Analyzer kostenlos: «Zu welchem Milieu gehöre ich?» unter: [www.wohnlebenswelten.ch](http://www.wohnlebenswelten.ch)

## WEITERFÜHRENDE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

### Sinus Geo Milieus®

Welche Milieus wohnen an einem bestimmten Ort in der Schweiz? Passt mein Immobilien-Projekt zum Standort? Ist meine Zielgruppe an meinem Projekt-Standort vertreten? Wo ist die Kaufkraft in der gewünschten Gemeinde tiefer oder höher? Antworten auf diese und weitere Fragen geben die Sinus Geo Milieus® – die ideale Erweiterung und Konkretisierung zu den Sinus-Milieus® Wohn- und Lebenswelten Schweiz. Für jede Postleitzahl in der Schweiz liefern Sinus Geo Milieus® grafisch aufbereitete Informationen und detaillierte Daten zum Vorkommen und zur Verteilung der einzelnen Milieus sowie der Kaufkraftklassen. Einzelabfragen zu gewünschten Postleitzahlen können bei acasa Immobilien-Marketing GmbH bezogen werden:

Telefon +41 43 211 50 11, [info@acasa.ch](mailto:info@acasa.ch)  
[www.acasa.ch](http://www.acasa.ch)

### Sinus Geo Milieus® in den Wüest Partner Applikationen

Die Applikationen Wüest Dimensions und GeoInfo des Beratungsunternehmens Wüest Partner erleichtern als interaktive Webanwendungen die Standort- und Immobilien-Marktanalyse. Raum- und Immobilien-Informationen lassen sich kartenbasiert visualisieren und grafisch darstellen. Sinus-Milieus® Wohn- und Lebenswelten Schweiz und die Sinus Geo Milieus® in Wüest Dimensions und GeoInfo sind aufeinander abgestimmt und können auf Lizenzbasis in den Applikationen von Wüest Partner genutzt werden.

[www.wuestpartner.com](http://www.wuestpartner.com)

### Realmatch360 Nachfrager-Milieus

Realmatch360 beliefert Projektentwickler, Investoren, Bewirtschafter, Makler, Bewerber und Berater seit 2014 mit aktuellen Informationen zur Immobilien-Nachfrage in sämtlichen Schweizer Gemeinden. Neu können die Nachfrager nach Mietwohnungen, Eigentumswohnungen und Einfamilienhäusern auch nach ihrer Zugehörigkeit zu den Sinus-Milieus® abgefragt werden. Mehr Informationen:

[www.realmatch360.com](http://www.realmatch360.com)

### Fachbuch «Immobilien-Marketing»

Praxisnah aufbereitete Fachinformationen rund um das Immobilien-Marketing – vom Grundlagenwissen über die Anwendung von Marketing in der Entwicklung, der Vermarktung und der Bewirtschaftung bis hin zum Standortmarketing – liefert das Fachbuch «Immobilien-Marketing: Mehrwert für Liegenschaften» von Roman H. Bolliger und Beny Ruhstaller. Weitere Informationen und Bestellung:

[www.immobiliemarketing.ch](http://www.immobiliemarketing.ch)



# KONTAKT- UND BEZUGSADRESSEN

## BETEILIGTE ORGANISATIONEN

### acasa Immobilien-Marketing GmbH

acasa Immobilien-Marketing GmbH bietet seit 2001 Dienstleistungen rund um professionelles Immobilien-Marketing und über den gesamten Immobilien-Lebenszyklus – von der Entwicklung, der Analyse und der Beratung über die Konzeption bis hin zur Umsetzung – an. acasa Immobilien-Marketing verfügt zudem über langjährige Erfahrung bei Entwicklungsprojekten und bei der Organisation von Grundeigentümern in Entwicklungsgebieten.

[www.acasa.ch](http://www.acasa.ch)

### SVIT Schweiz und SVIT Verlag AG

Der Schweizerische Verband der Immobilienwirtschaft SVIT Schweiz vertritt als Berufs- und Fachorganisation rund 2500 Unternehmen mit 30000 Mitarbeitenden, die Dienstleistungen unter anderem für institutionelle, gewerbliche, öffentliche und private Immobilien-Eigentümer, Bauherren, Betreiber und Stockwerkeigentümergeinschaften erbringen. Der SVIT ist mit seinen Mitgliederorganisationen und Fachkammern in allen Landesregionen der Schweiz präsent und ist die Nummer eins in der Berufsbildung im Immobilien-Sektor. Die SVIT Verlag AG ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft des SVIT Schweiz.

[www.svit.ch](http://www.svit.ch)

### SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH ist ein unabhängiges, inhabergeführtes Institut für psychologische und sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung. Seit über 40 Jahren erforscht SINUS die Alltagswirklichkeit der Menschen, den soziokulturellen Wandel und seine Bedeutung für Unternehmen und Institutionen. SINUS gehört zum Marktforschungsunternehmen Integral mit Sitz in Wien.

[www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de)

### KünzlerBachmann Directmarketing AG

Der Name KünzlerBachmann Directmarketing steht seit rund 40 Jahren für Kompetenz im Dialogmarketing. Als einer der führenden und innovativsten Schweizer Full-Service-Anbieter ermöglicht KünzlerBachmann Directmarketing sämtliche Dialogmarketing-Dienstleistungen aus einer Hand. Dank der Verknüpfung der Sinus Geo Milieus® mit den soziodemografischen Kriterien von kbCONSUMER eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten zur Selektion und Priorisierung der relevanten Ansprechpartner für eine bestimmte Werbebotschaft. Für den qualitativ nachhaltigen Response und einen richtig starken Dialog.

[www.kbdirect.ch](http://www.kbdirect.ch)

## KONTAKT- UND BEZUGSADRESSE

SVIT Verlag AG  
Puls 5  
Giessereistrasse 18  
CH-8005 Zürich  
Tel. +41 434 78 88  
[verlag@svit.ch](mailto:verlag@svit.ch)

[www.svit.ch](http://www.svit.ch)  
[www.wohnlebenswelten.ch](http://www.wohnlebenswelten.ch)

HERAUSGEGEBEN VON

**acasa**  
[Immobilien - Marketing]

**SVIT**  
SCHWEIZ

IN PARTNERSCHAFT MIT

**sinus** 

**künzlerbachmann**  
DIRECTMARKETING

[WWW.WOHNLEBENSWELTEN.CH](http://WWW.WOHNLEBENSWELTEN.CH)