

## Suchmaschinen Marketing

# Online Milieus.

### Ausgangslage

- >>Marketingfachleute arbeiten schon seit längerem mit so genannten Milieus, d.h. die Unterteilung der Zielgruppen nach deren Lebensstile und -haltung.
- >>Das daraus abgeleitete Behavioral Targeting hat das Ziel, dass Werbetreibende ihre Zielgruppen verhaltensbezogen ansprechen können.
- >>Je besser Webseiten ihre Zielgruppe messen, desto effizienter kann in Zukunft die Werbung platziert werden.
- >>WEB.Milieu (United Internet Media) hat darum nun erstmals die Milieus für das Medium Internet zusammen gestellt..

### Beispiel

#### Mainstream Consumers

Um nicht aus dem Rahmen zu fallen, passen sie sich an und führen das viel zitierte normale Leben.

Der Einkaufsbummel ist Symbol ihres konsumorientierten Lebensstils, die Sonderangebote dabei immer fest im Blick.

#### Soziodemographie

Geschlecht: 40,2% weiblich, 59,3% männlich  
 Alter: 25 bis 55 Jahre  
 Bildung: Mittlere Bildung  
 Beruf: Einfache bis qualifizierte Angestellte  
 Einkommen: Mittlere Einkommensklasse  
 Haushalts-Grösse: Überwiegend Mehrpersonen-Haushalte

#### Werte

Sicherheit: Ordnung  
 Tradition: Bräuche

#### Interessen

Computer: 70.2%  
 Musik: 66.4%  
 Gesundheit: 62.5%  
 Wohnen: 52.8%  
 Ernährung: 50.6%

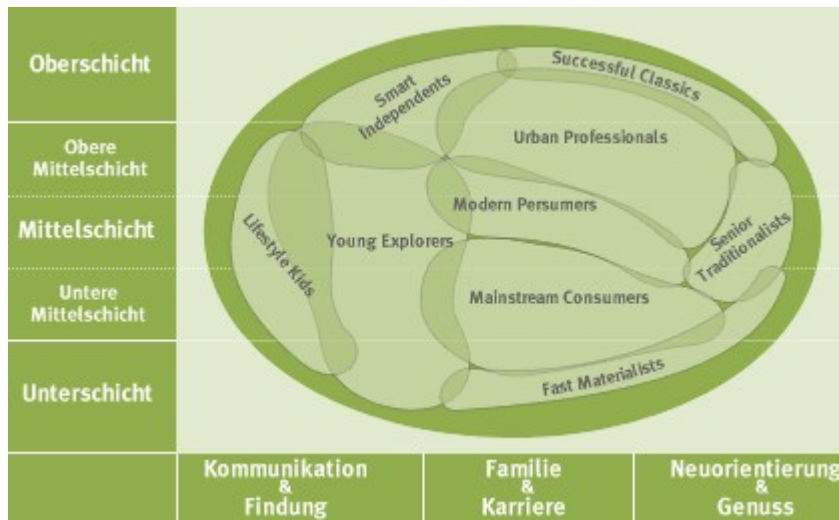
#### Mediennutzung

TV: Wird häufig benutzt, oft als Unterhaltung nebenher  
 Print: Gelesen wird wenig, Ratgeberseiten werden bevorzugt  
 Online: Das Internet setzt man bewusst zur Informationsbeschaffung und für günstiges Shopping ein.



**Weitere Milieus**

>>Klicken Sie auf die einzelnen Gruppen, um zu den Detailbeschreibungen zu gelangen (neues Fenster).



**Hinweis:**

Diesen Artikel finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/milieus.asp>

Weitere Artikel zum Thema Suchmaschinen Marketing finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/start.asp>