

Wertvolle Informationen für Entscheider
im Bereich junge Zielgruppen!



YOUNGCOM!

Agentur für integrierte
Jugendkommunikation GmbH

YOUNGCOM!

Jugendstudie

2008



- ➔ Welche Musikrichtungen und Stars finden 13- bis 20-jährige gut?
- ➔ Wie werden klassische Medien und Internet genutzt?
- ➔ Was tun Jugendliche und junge Erwachsene mit ihrem Handy?
- ➔ Bei welchen Produkten ist jungen Zielgruppen die Marke wichtig?
- ➔ Welche Werbeformen kommen bei den 13- bis 20-jährigen an, welche nicht?

...und viele weitere wichtige Themen!

Altersgruppe 13- bis 20-Jährige

Aktuelle Studie über Jugendliche zwischen 13 und 20 Jahren und deren Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen rund um die Themen Musik, Stars, Freizeit, Freunde, Medien, Mode, Sport, Konsum und Werbung.



Die Themen

1. Musik, Stars & Idole

- 1.1 Beliebteste Musikrichtungen
- 1.2 Welche Stars/Schauspieler/Sportler 13- bis 20-jährige gut finden
- 1.3 Welche Stars/Schauspieler/Sportler 13- bis 20-jährige schlecht finden

2. Freizeitverhalten

- 2.1 Lieblingsbeschäftigungen in der Freizeit
- 2.2 Bevorzugte Ausgahmöglichkeiten

3. Freunde & Clique

- 3.1 Größe der Clique/des festen Freundeskreises
- 3.2 Welche Vorlieben in der Clique ähnlich oder gleich sind

4. Medienbesitz und Mediennutzung

- 4.1 Was besitzen 13- bis 20-jährige an Informations- und Unterhaltungselektronik?
- 4.2 Wie sich der Medienkonsum in den letzten ein, zwei Jahren verändert hat
 - a) Fernsehen
 - b) Internet
- 4.3 Die bevorzugten Medien für Neuigkeiten und Nachrichten
- 4.4 Die bevorzugten Unterhaltungsmöglichkeiten
- 4.5 Was 13- bis 20-jährige am liebsten lesen
- 4.6 Die beliebtesten TV-Genres
- 4.7 Die beliebtesten TV-Sender (ohne Musik- und Pay-TV)
- 4.8 Die beliebtesten Musik-TV-Sender
- 4.9 Wie oft 13- bis 20-jährige im Internet surfen
- 4.10 Was Jugendliche im Internet machen
 - 4.11 Wo im Internet gesurft wird
 - 4.12 Wo sich 13- bis 20-jährige einzelne Musiktitel besorgen
 - 4.13 Wo sich 13- bis 20-jährige Musik-Alben besorgen
 - 4.14 Wie häufig 13- bis 20-jährige Videogames spielen
 - 4.15 Anteil der Online-Rollenspieler
 - 4.16 In welchen Medien sich Jugendliche über Produkte informieren

5. Kommunikation

- 5.1 Wie viele 13- bis 20-jährige haben eine eigene E-Mail-Adresse?
- 5.2 Wie viele Jugendliche bei einem Internet Freundes-, Chatnetzwerk Mitglied sind
- 5.3 Wie viele 13- bis 20-jährige haben ein eigenes Handy?
- 5.4 Für welche Marken haben sich die Handybesitzer entschieden?
- 5.5 Was tun junge Handybesitzer mit ihren Geräten?

6. Einkaufen und Shoppen

- 6.1 Das gesamte Monatsbudget der 13- bis 20-jährigen
- 6.2 Das Monatsbudget zur freien Verfügung
- 6.3 Wofür am häufigsten Geld ausgegeben wird
- 6.4 Was im Internet gekauft wird
- 6.5 Bei welchen Produktgattungen hoher Einfluss auf die Kaufentscheidung der Eltern ausgeübt wird

7. Mode und Fashion

- 7.1 Wie wichtig ist es 13- bis 20-jährigen, immer nach der neuesten Mode gekleidet zu sein?

8. Sport

- 8.1 Wie sich 13- bis 20-jährige in Sachen Sport beschreiben
- 8.2 Mit wem 13- bis 20-jährige am liebsten Sport betreiben
- 8.3 Welche Sportarten finden 13- bis 20-jährige gut?

9. Marken und Werbung

- 9.1 Wie wichtig ist 13- bis 20-jährigen die Marke bei 14 häufigen Produktkategorien: Fertiggerichte
Autos
Sportartikel
Reiseveranstalter
Einrichtung/Möbel
Elektroartikel
Armbanduhren
Schnellrestaurants
Bank/ Versicherung
Computer
Handys
Getränke
Kleidung
Schuhe
- 9.2 Wie wichtig ist 13- bis 20-jährigen das Image eines Produktes?
- 9.3 Wer verweigert den Kauf, wenn die Werbung nervt?
- 9.4 Wer zapft weg bei TV-Werbung?
- 9.5 Wer klickt Werbebanner im Internet weg?
- 9.6 Wie Werbung sein soll
- 9.7 Was junge Zielgruppen an für sie gedachter Werbung bemängeln
- 9.8 Welche Werbeformen am besten gefallen
- 9.9 Welche Werbeformen nerven

Das Studienprofil

Art der Erhebung/ Panel:	Schriftliche, repräsentative Umfrage	
Geografische Verteilung:	Deutschland/bundesweit	
Umfragetechnik:	Schriftliche Umfrage mit 6-seitigem Fragebogen	
Erhebungszeitraum:	Frühjahr 2007	
Anzahl Befragte:	1.132	
Altersbereich: Durchschnittsalter	13-20 Jahre	
aller Befragten:	17,1 Jahre	
Geschlechts- verteilung:	m: 572 (51,4%) w: 540 (48,6%)	
Preis:	Inland: € 750,- (zzgl. 7% MwSt.) Ausland: € 800,-	

Die Agentur

Sie möchten Ihre Marke und Ihr Produkt bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen dauerhaft stärken? Mit erstklassigen Informationen direkt aus der Zielgruppe, Beratung und Strategischer Planung helfen wir Ihnen bei dieser Aufgabe.

Mehr über Youngcom! finden Sie im Internet unter www.youngcom.de.

Weitere Fragen zur Studie beantworten wir Ihnen gerne unter Telefon 089 / 30 00 920.

Youngcom!
Agentur für integrierte Jugendkommunikation GmbH
Einsteinstr. 28 · D-81675 München
Info-Telefon: 089 / 30 00 920 · Bestellfax: 089 / 30 00 92-18
E-Mail: info@youngcom.de · Internet: www.youngcom.de