

Ist meine Relevanz deine Relevanz?



Alter 56 Jahre gehobenes Einkommen







Live voting:

Wer kennt die ARD/ZDF-MedienNutzerTypologe?

Hände hoch!



Das ist die MedienNutzerTypologie

Die MNT liefert eine wissenschaftlich fundierte typologische Segmentierung der relevanten Nutzergruppen. Sie fügt Menschen mit ähnlicher Prägung zu homogenen Gruppen zusammen. Diese einzelnen MedienNutzerTypen unterscheiden sich trennscharf in Hinblick auf ihre Programm- und Genre-Interessen sowie in ihrer Nutzungsintensität innerhalb ihres Medienportfolios.

Und besonders wichtig: Die MNT liefert eine anschauliche Beschreibung der Zielgruppen. Sie liefert Programmmachern, Kommunikationsexperten und anderen Anwendern im Medienbereich einen tieferen Einblick in die Lebenswelt der anvisierten Nutzergruppen.



MedienNutzerTypologie: Die einzelnen Typen -1-

Spaßorientierte

adoleszent selbstbezüglich unbekümmert

Zielstrebige

dynamisch durchsetzungsstark selbstbewusst erlebnisorientiert

Moderne Etablierte

aktiv liberal kritisch

Familienorientierte

gut organisiert optimistisch emotional

Eskapisten

abwartend existenzorientiert fürsorglich



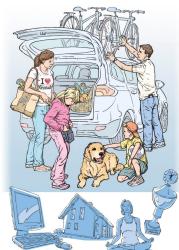
"Was geht ab?"



"Nur noch 20.000 Mails checken."



"Leben und leben lassen."



"Das schaffen wir schon."



"Das Leben ist kompliziert."



MedienNutzerTypologie: Die einzelnen Typen -2-

Engagierte

breit interessiert aktiv aufgeschlossen

Häusliche

sicherheitsorientiert heimatverbunden enger Aktionsradius

Hochkulturorientierte

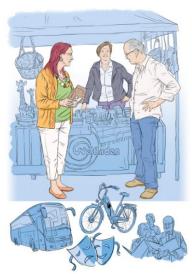
anspruchsvoll gebildet souverän

Zurückgezogene

zurückhaltend isoliert genügsam

Traditionelle

wertkonservativ gläubig bescheiden



"Das interessiert mich auch."



"Um 12 Uhr wird gegessen."



"Nach dem Konzert noch einen guten Rotwein."



"Ich bin am liebsten daheim."

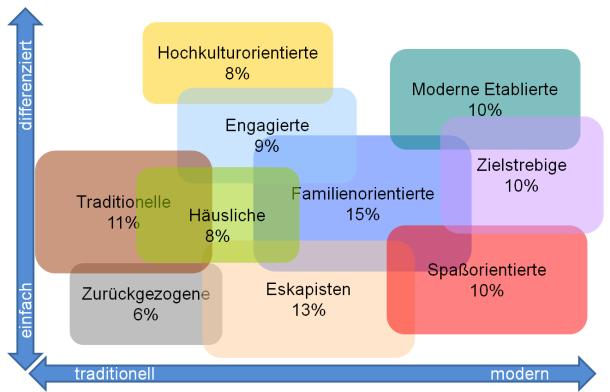


"Das gehört sich nicht."



MedienNutzerTypen – ein Abbild der Gesellschaft

Anteil an der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in der BRD in Prozent

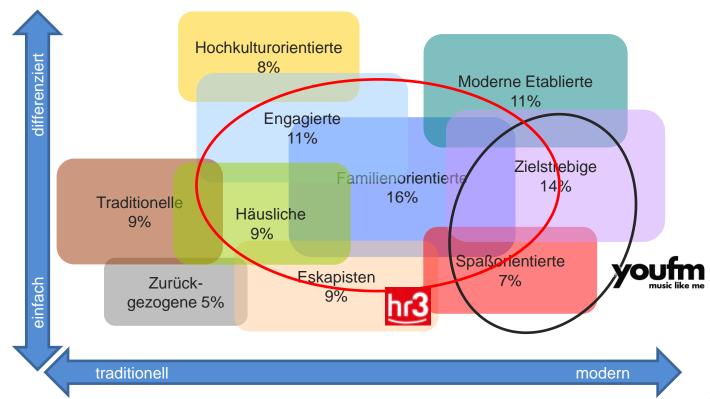


http://www.ard-zdf-mnt.de



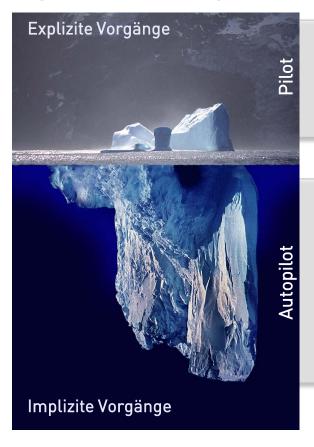
Positionierung hr3 und youfm

Anteil an der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in Hessen in Prozent





Neurowissenschaftliche Grundlagen: Explizite und implizite Prozesse im Gehirn



Reflektierte, explizite Vorgänge im Gehirn

- Rationales Verhalten / Handeln
- Kognitiv, bewusste Vorgänge (z.B. Planen / Denken / Fakten / Vernunft / Sprache)

Automatisierte, implizite Vorgänge im Gehirn

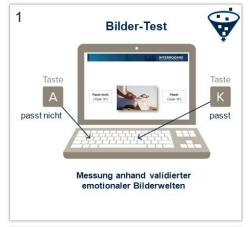
- Spontanes, unreflektiertes Verhalten
- Kognitiv, unbewusste Vorgänge (z.B. Wahrnehmung / Gedächtnis / Assoziationen / Einstellungen / Emotionen / Motive)
- Markenbotschaften werden vor allem implizit gelernt und entfalten ihre Wirkung auch ohne bewusste Verarbeitung.



Ziel und Methode der MNT-Erweiterungsstudie

Ziel: Anreicherung der MNT um psychografische
Merkmale auf Basis von implizit gemessenen
Motiven/Emotionen. Auf diese Weise soll ein tieferes
Verständnis der motivationalen Strukturen und damit ein
besseres Verstehen der einzelnen MedienNutzerTypen
erreicht werden.

<u>Methode</u>: Online Befragung mit impliziter Messung mittels Reaktionszeitmessung von validierten emotionalen Bilderwelten und Begriffen (n = 2007, Institut: Interrogare)

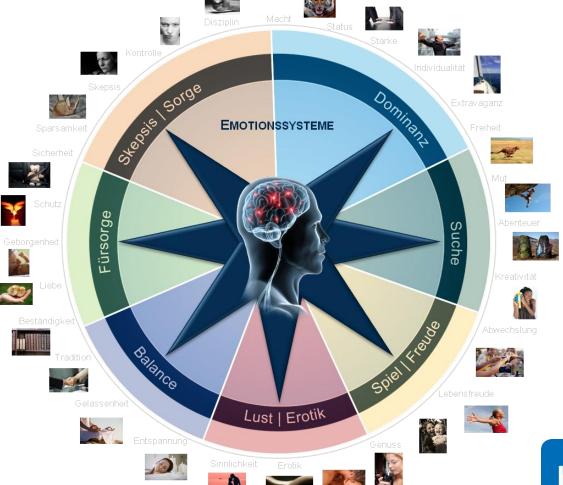






Grundlagen des EBM: Validierte Bilderwelten und Emotionssysteme

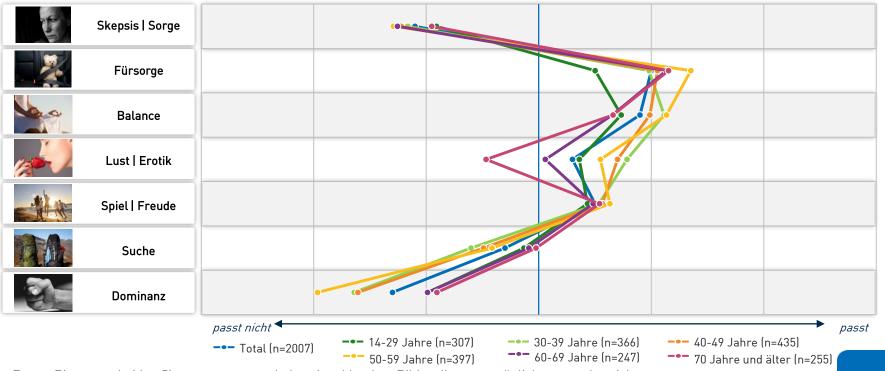
EBM= Emotional Branding Monitor





Emotionssysteme nach Alter - sehr ähnlich, Ausnahme Lust und Erotik

Basis: Alle Befragten; Mittelwertdarstellung

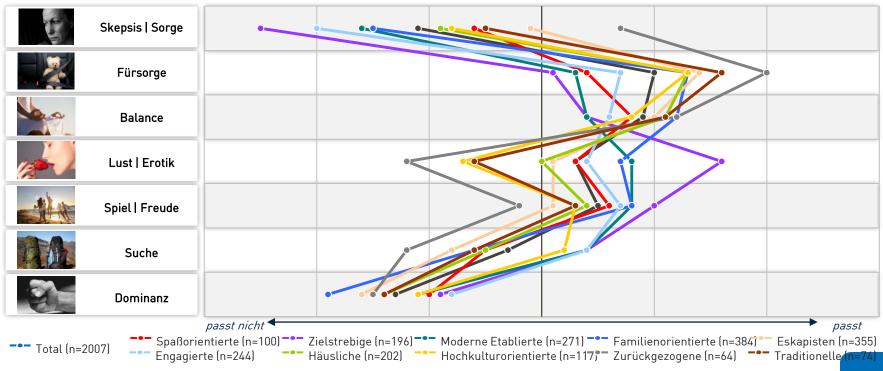


Frage: Bitte entscheiden Sie ganz spontan, ob das eingeblendete Bild zu Ihnen persönlich passt oder nicht

Quelle: Studie ,Erweiterung der MNT um psychografische Merkmale

Emotionssysteme nach MNT – deutliche Differenzierung

Basis: Alle Befragten; Mittelwertdarstellung



Frage: Bitte entscheiden Sie ganz spontan, ob das eingeblendete Bild zu Ihnen persönlich passt oder nicht

Quelle: Studie ,Erweiterung der MNT um psychografische Merkmale

Für hr3 die wichtigste Zielgruppe:

Die Familienorientierten



Familienorientierte

gut organisiert optimistisch emotional

- aktive und selbstbewusste ,Familienmanager', spontan und offen mit Individualitätsanspruch
- Familie und Beruf verlangen durchorganisierten Alltag
- Lebensfreude, kontaktfreudig und gut vernetzt
- familienzentrierte Freizeitaktivitäten
- aber auch eigene Rückzugsinseln: Sport und Wellness
- Interessensschwerpunkte: Kinder, Partnerschaft, Beruf, Haus und Garten
- sozial, naturverbunden, umweltfreundliche Produkte bevorzugt
- modernes Heimatbewusstsein, hohes Interesse an Regionalem

Ø-Alter: 44 Jahre, Schwerpunkt 30-59 J.

Geschlecht: 52% weiblich

Abi+: 16%

Anteil Bevölkerung: 15% (Hessen 16%)

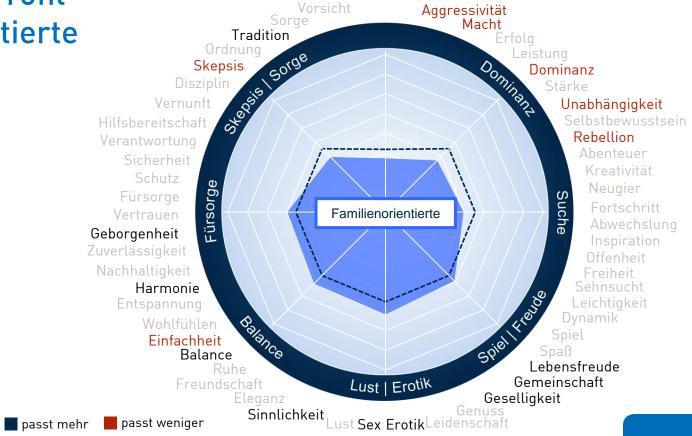


"Das schaffen wir schon."



Emotionales Profil – Familienorientierte







•••• Total

Wir entwickeln eine

neue Morning Show für





Schwarm-Intelligenz

1

- 1. Host mit Sidekick
- 2. Rollenbild: klassisch
- 3. Guter Freund
- 4. Begleitung durch den Morgen
- 5. Hessen
- 6. Themen
- 7. Das Grün in mir
- 8. hr3 Dorffest
- 9. Klavierwetter
- 10. Stars, Stars, Stars
- 11. Stink-Wanzen-Sex

2

Doppelmoderation auf Augenhöhe

emanzipiert

Entertainer

unterhaltender Journalismus

Deutschland und die Welt

Personality

hr3 zahlt Deine Rechnung

Kürbiswette

Wetterfarbe

Stars von der Promi-Bühne holen

Wissen to go: Wer wie was? Nicht zerdrücken.



Die Instant-Morning-Show – Das Ergebnis

- 1. Doppelmoderation auf Augenhöhe
- 2. emanzipiert
- 3. Guter Freund
- 4. Begleitung durch den Morgen
- 5. Hessen
- 6. Themen
- 7. hr3 zahlt Deine Rechnung
- 8. <u>hr3 Dorffest</u>
- 9. Klavierwetter
- 10. Stars, Stars, Stars
- 11. Stink-Wanzen-Sex

Entertainer

Kürbiswette

Stars von der Promi-Bühne holen









hr



Case study:











