



**BRAVO**

**GET CONNECTED**

**BRAVO Faktor Jugend 3**  
**Get Connected**



# Being Connected? Ein Muss für Jugendliche!



12 Jahre

18 Jahre

**Großer Informations- und  
Kommunikationsbedarf!**

Und dann sind da noch ...

Spaß, Unterhaltung

Erfolg haben, Anerkennung finden

Jungen: Leistung zeigen können

12 Jahre

18 Jahre

**Menschliche Grundbedürfnisse!**

## BRAVO Faktor Jugend 3 – Get Connected

800 Interviews mit Jugendlichen von 12-18 Jahren in ganz Deutschland rund um die Kommunikationstechnologie



Aus der Vielfalt der Ergebnisse

Die Key Findings der Studie

„Die sind echt cool!“

*Game Systems -  
der erste Schritt in die Multimediawelt*

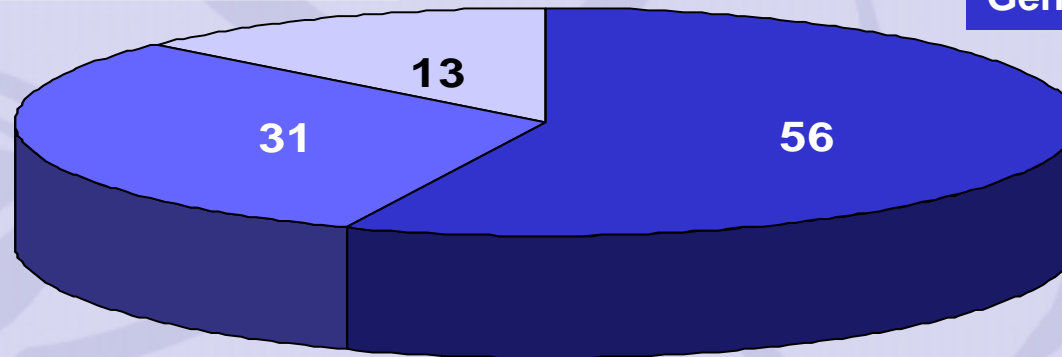
## Besitz von Game Systems

53 % haben ein Game System zu Hause

Gehört mir zusammen  
mit anderen Familien-  
mitgliedern

Gehört einem anderen  
Familienmitglied, ich  
darf sie aber benutzen

Gehört mir alleine



red. Basis: alle Befragten, die eine Spielkonsole zu Hause haben, n=424 / Angaben in %



## Besitz von Game Systems



25 %

Nintendo Game Boy



24 %

Sony PlayStation



Super  
Nintendo: 11 %  
N64: 7 %

Nintendo 64  
Super Nintendo

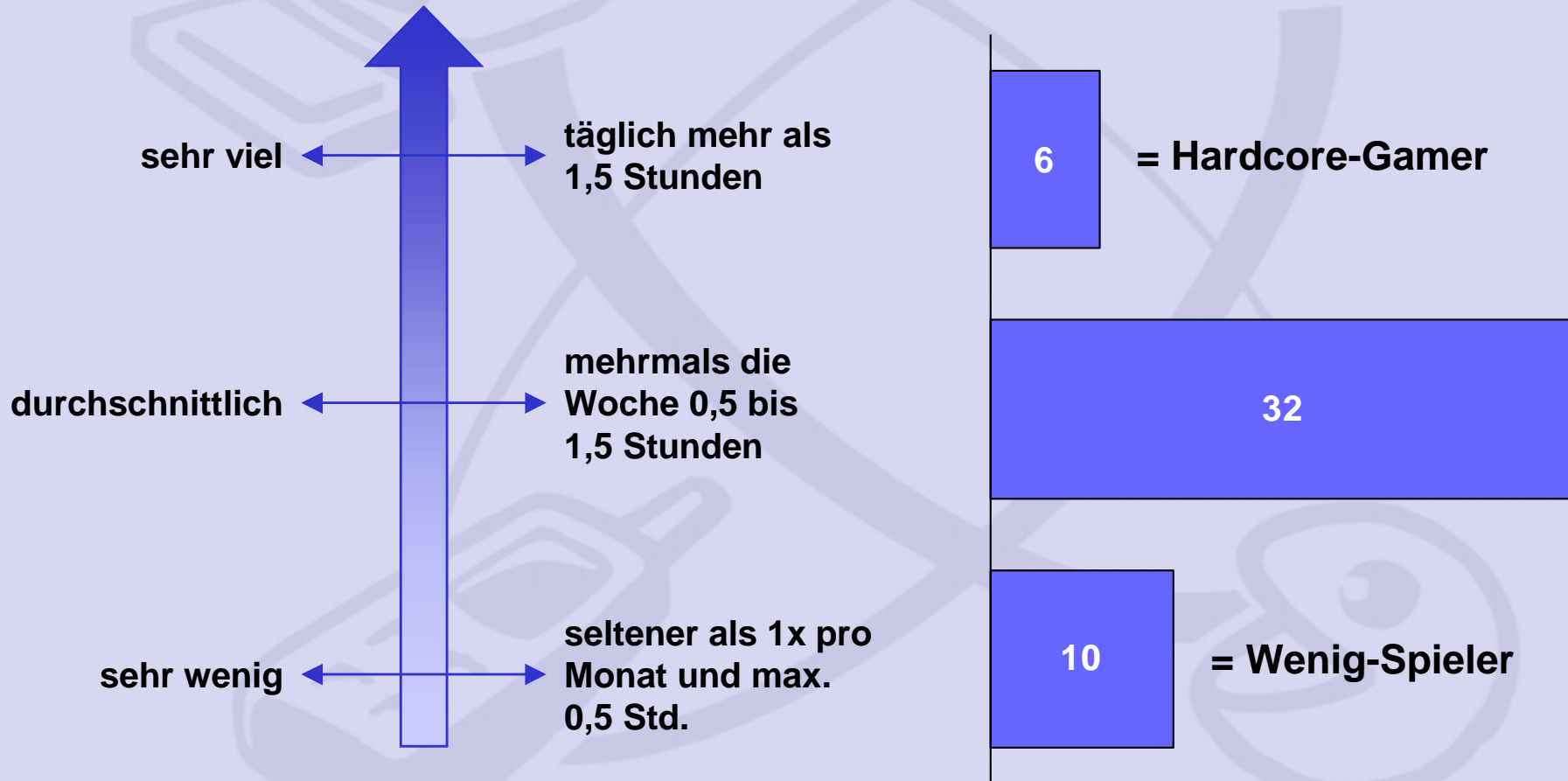


2 %

Sega Dreamcast

# „Hardcore-Gamer“ sind die Ausnahme

## Spielhäufigkeit und Dauer:



red. Basis: alle Befragten, die ein Game System benutzen, n=424 / Angaben in %

## Get Connected: Was Game Systems können ...



## Steckbrief: Game Systems

- ☺ Das High-End Spielzeug für Jungen
  - Wettbewerbsorientiert
  - Extrem reizstark
  - Ideal für Fachsimpelei
- ☺ Warum nicht Mädchen?
  - Kaum Software für Mädchen
  - Geringeres Interesse an Highscores
  - Anderer Zugang zu Technik
- ☺ Aber auch abnehmendes Interesse im Altersverlauf
  - Weniger Zeit
  - Andere Prioritäten

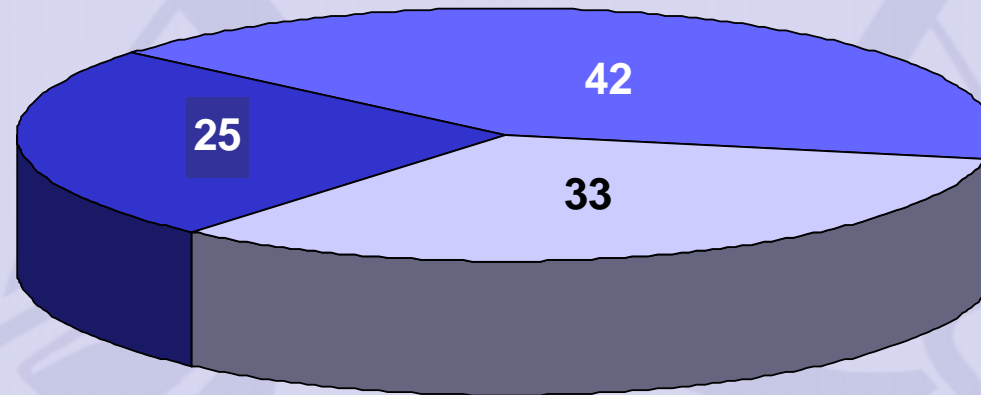
„Den brauche ich einfach!“

*Der PC –  
die Computer-Kids werden erwachsen*

## Besitz des Computers

65 % haben einen Computer zu Hause

**Gehört mir alleine**



**Gehört mir zusammen mit anderen Familienmitgliedern**

**Gehört anderen Familienmitgliedern, ich darf ihn aber benutzen**

## Ausstattung des Computers mit Zusatzgeräten

**Drucker und CD-ROM-Laufwerk:  
88 % der PCs**

**Drucker; CD-ROM-Laufwerk;  
Lautsprecher und Soundkarte: 66%**

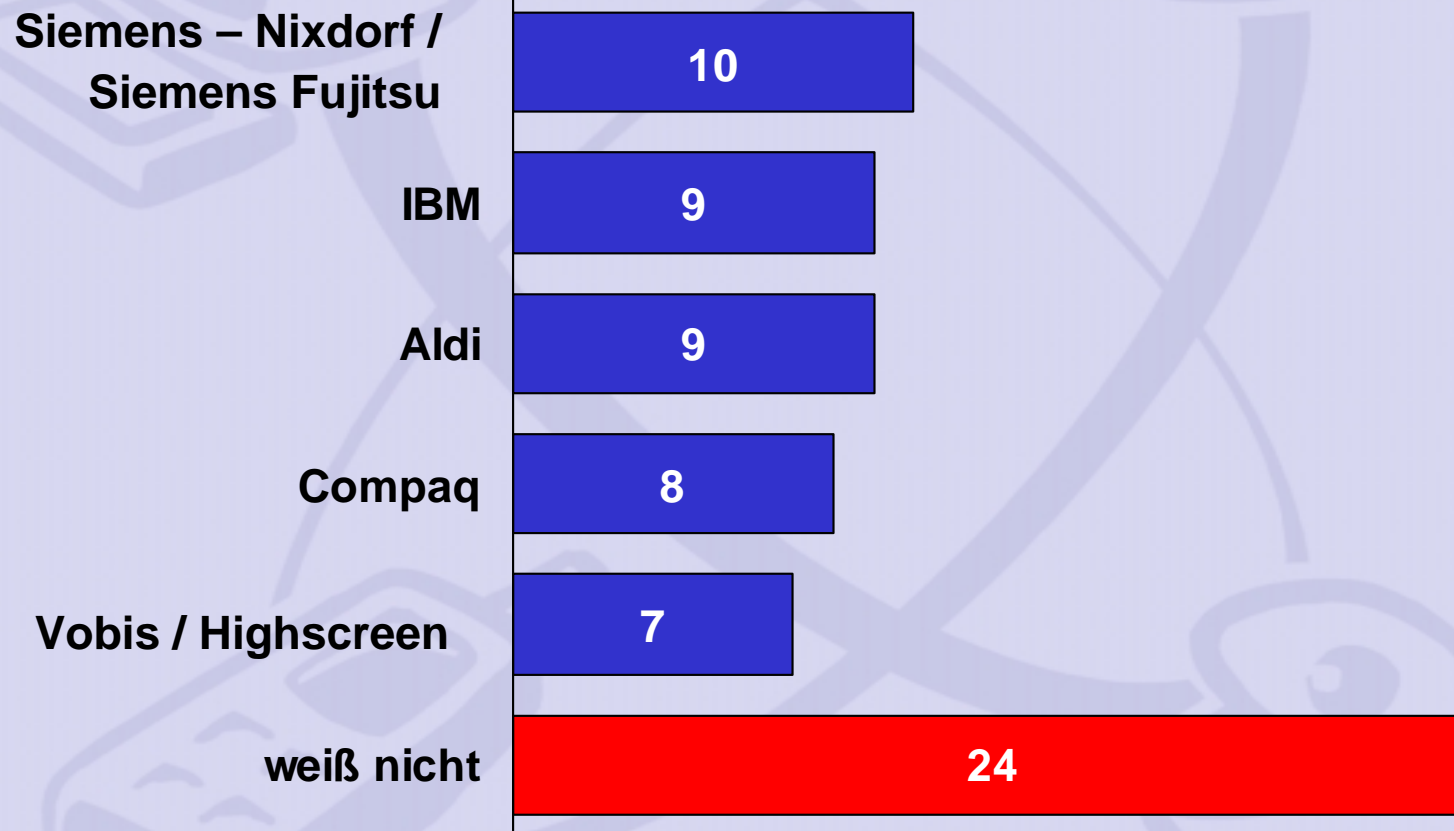
**Drucker; CD-ROM Laufwerk;  
Lautsprecher; Soundkarte  
und 3D-Grafikkarte: 40 %**

Drucker; CD-ROM-Laufwerk;  
Lautsprecher; Soundkarte;  
3D Grafikkarte; Joystick

**21 %**

## Marke des Computers im Haushalt

Von welcher Marke ist denn dieser PC? Sag mir das doch bitte mit Hilfe dieser Liste hier.



red. Basis: alle Befragten, die einen PC zu Hause haben, n=519 / Angaben in %



## Markentreue? Nicht bei PCs!

**Welche Marke?**

— **Jeder Vierte weiß nicht, von welchem Hersteller sein PC ist**

**Treue?**

— **Nur 22 % wollen die gleiche PC-Marke wieder kaufen**

**Warum jetzt schon entscheiden?**

— **38 % wollen oder können sich noch nicht auf die Marke festlegen**

**Warum nicht zu Aldi?**

— **7 % warten auf den nächsten Aldi-PC!**

Viel wichtiger als Marken:

**Installiertes Betriebssystem:**

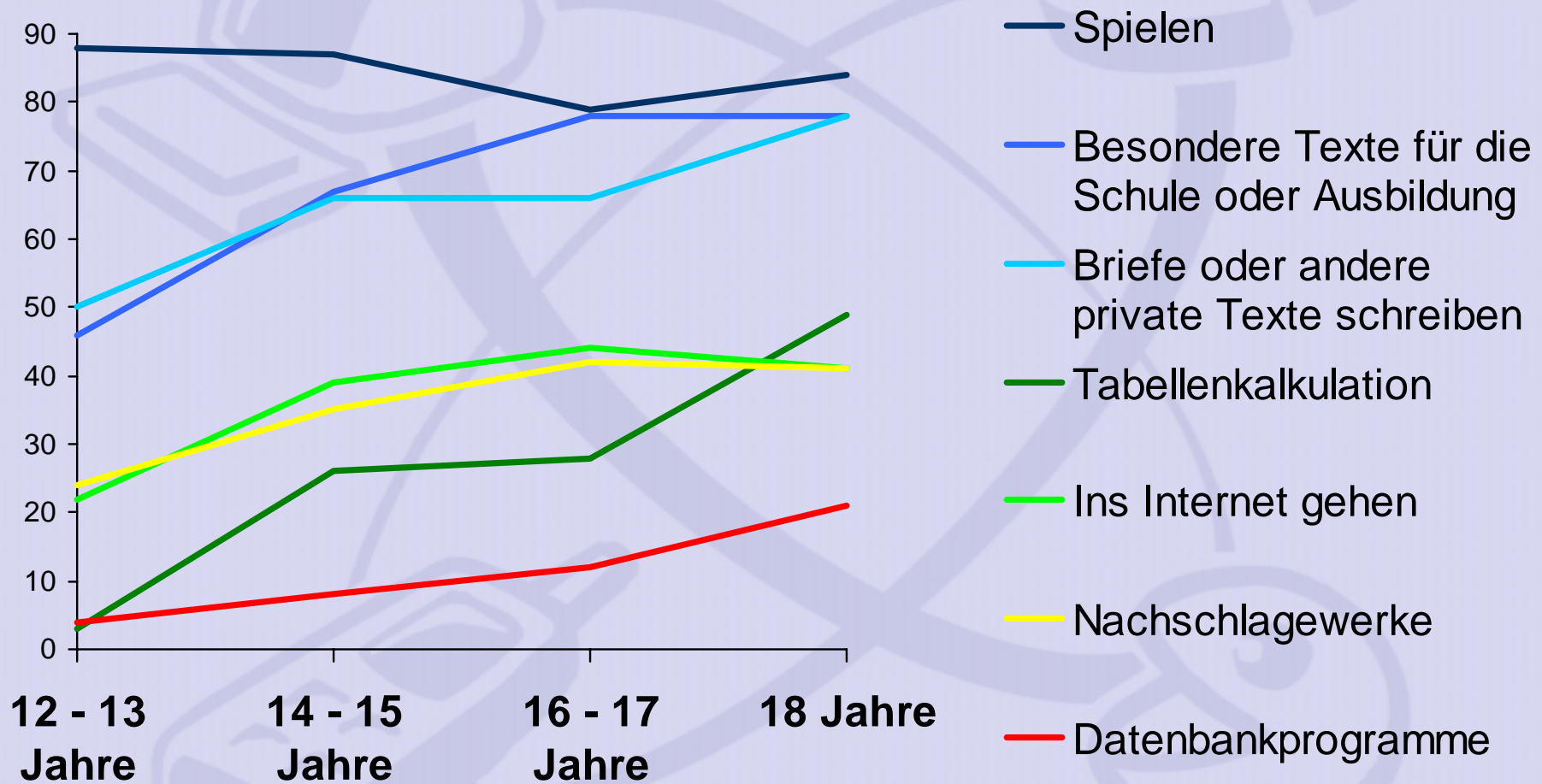
- **50 % Windows 98**
- 33 % Windows 95**
- Nur 6 % wissen es nicht**

**Prozessor:**

- **28 % Intel Pentium II**
  - 23 % Intel Pentium I**
  - 20 % Intel Pentium III**
  - Nur 2 % wissen es nicht**
- 
- **50 % wollen im nächsten PC einen Pentium III**

Wichtig, damit die Software läuft!

# Vom Spielzeug zum Werkzeug: Der Computer wird immer vielfältiger genutzt!



Basis: alle Befragten, die einen PC zu Hause haben, n=519 / Angaben in %

## Jungen und Mädchen: 2 Welten auch am Computer!

**Jungen ...**

**Rüsten ihre PCs häufiger mit Spiel-Peripherie auf  
Sitzen länger am PC, weil sie länger daran spielen  
Haben mehr Spaß am PC und glauben, sich besser  
auszukennen**

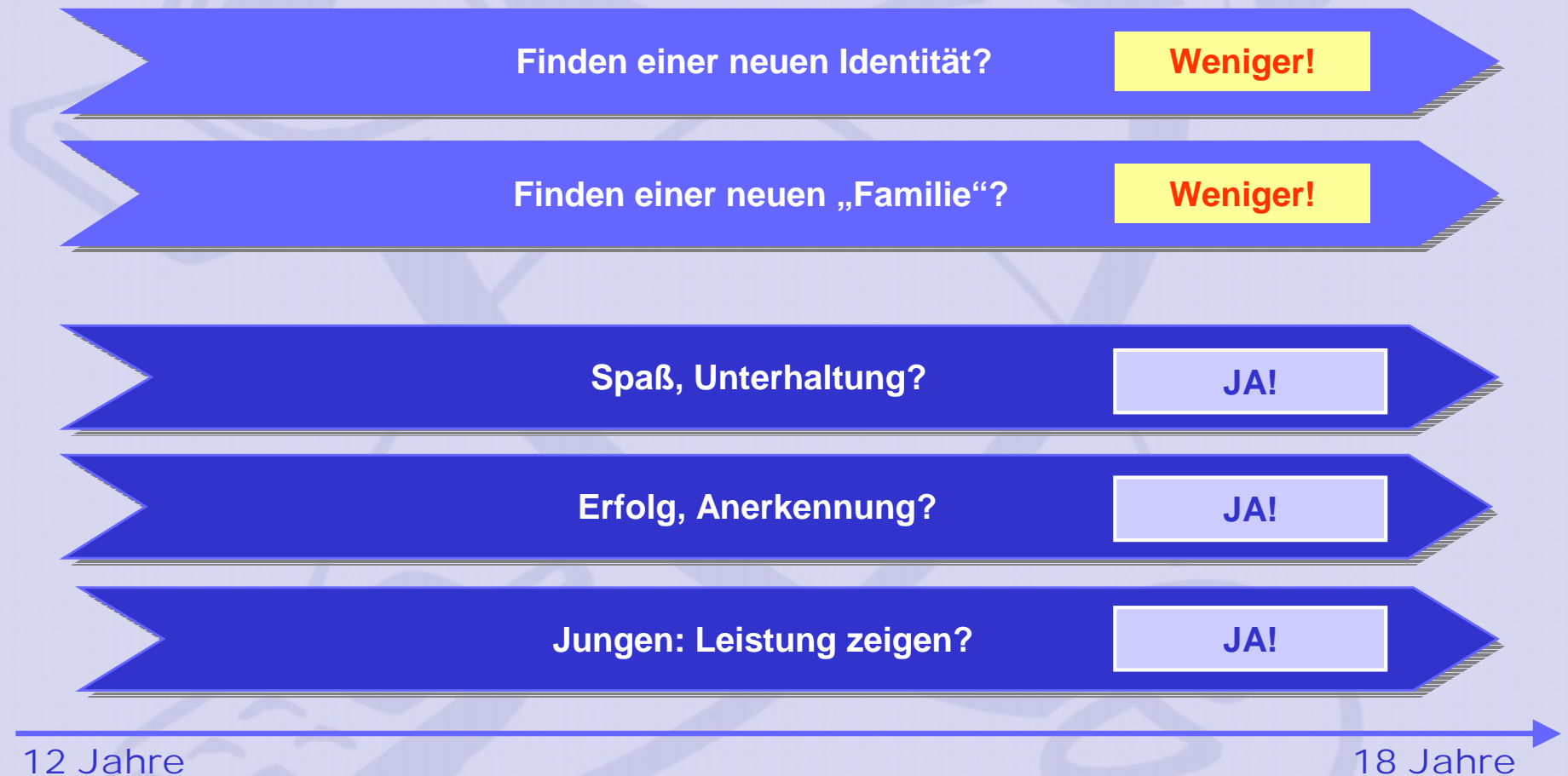
***Computernutzung als Selbstzweck!***

**Mädchen ...**

**Nutzen den PC „sinnvoller“ für „ernsthafte“ Aufgaben  
Wissen, dass sie nichts wissen – macht aber nichts**

***Computernutzung als Mittel zum Zweck!***

## Get Connected: Was der PC kann ...



## Steckbrief: PC



### Der Alleskönner

Anwendungen für jedes Interesse und jedes Problem  
Wandel vom Spielzeug zum Werkzeug



### Ein extrem jugendgerechtes Medium

Sehr reizstark  
Interaktiv  
Abwechslungsreich  
Eigenbestimmt



### Nicht die Zukunft, sondern bereits die Gegenwart

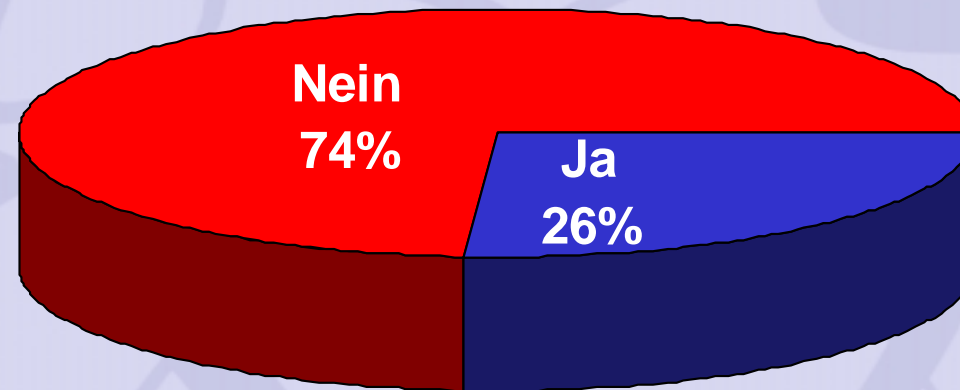
Der PC gehört dazu  
Der PC dringt in alle Lebensbereiche ein

„Das habe ich im Web gefunden ...“

*Das Internet – die ganze Welt auf dem  
eigenen Bildschirm*

## Internet-Anschluss im Haushalt

Gibt es bei euch zu Hause einen Internet-Anschluss?



Von den Befragten  
ohne Internet-Anschluss:

27 % gehen aber woanders  
ins Internet

42 % würden gerne Online gehen



Von den Befragten  
mit Internet-Anschluss:

88 % nutzen diesen Anschluss auch

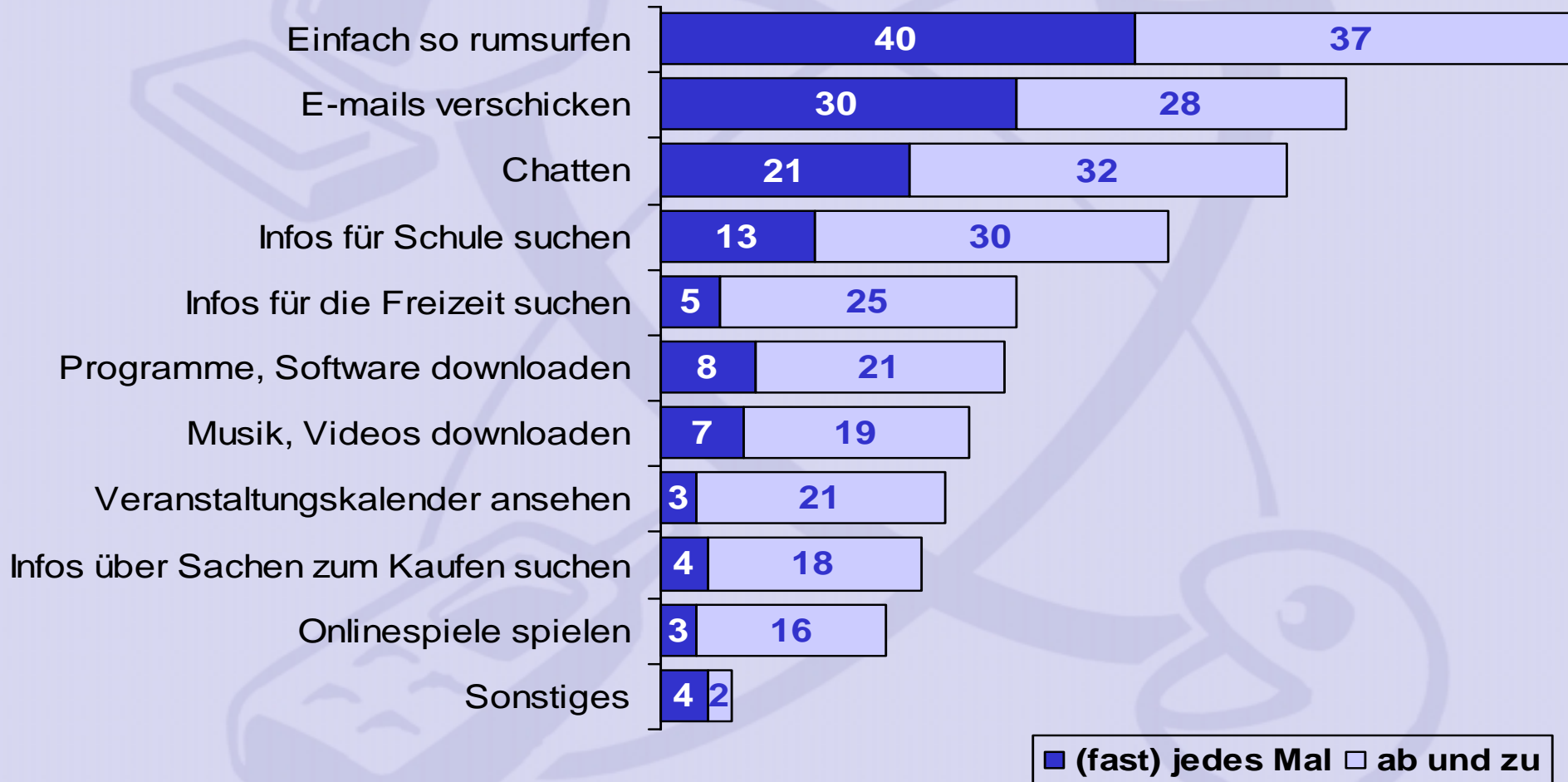
47 % T-Online

28 % AOL



# Was machen Jugendliche im Internet?

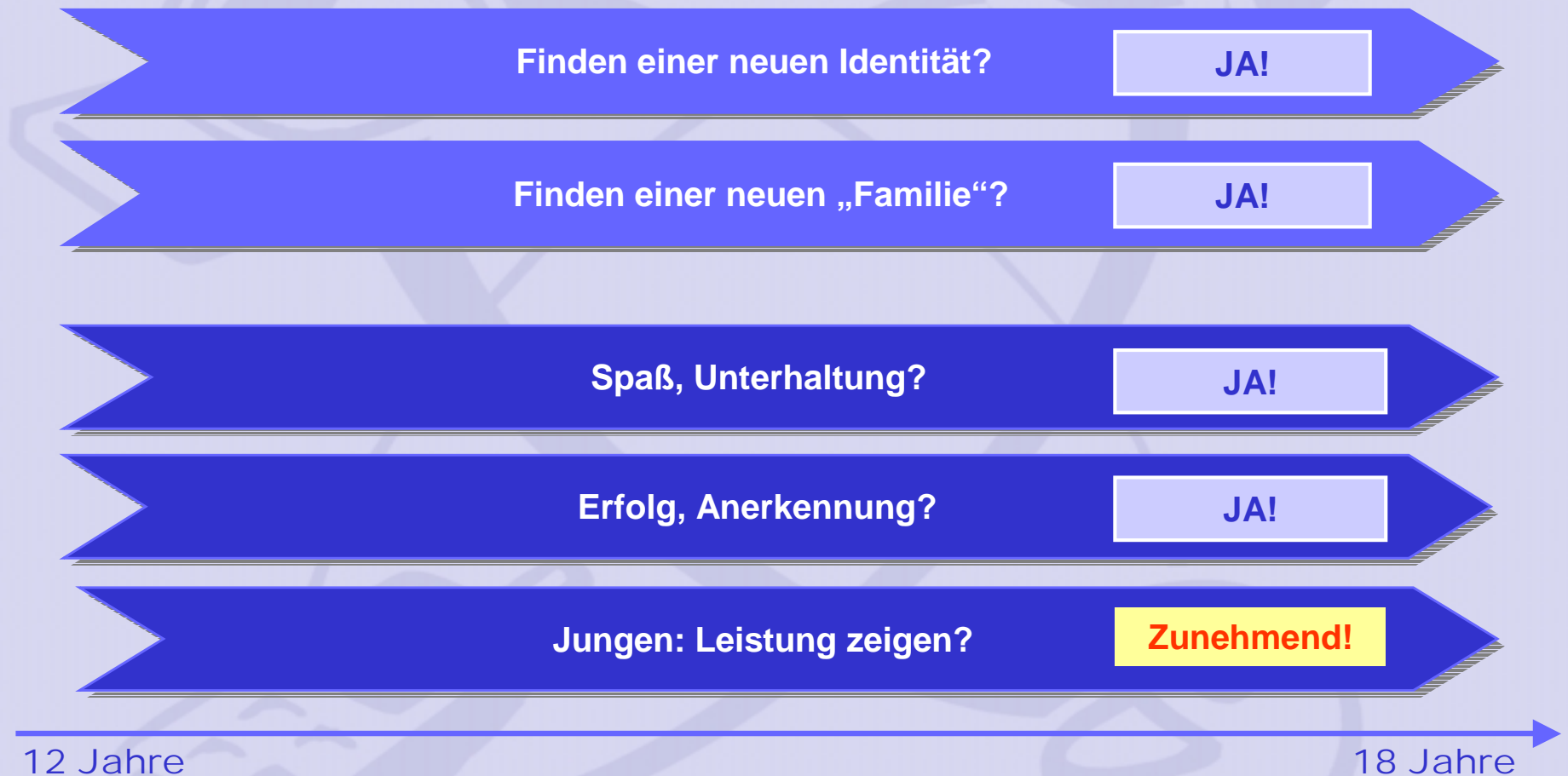
Was machst du eigentlich, wenn du im Internet bist? Ich lese dir jetzt mal einige Sachen vor, die man im Internet machen kann, und du sagst mir bitte, wie oft du das jeweils machst.



## Internet-Facts:

- ☉ Das Internet wird meistens zielstrebig genutzt  
Im Schnitt weniger als 3 Stunden Nutzungsdauer pro Woche
- ☉ High-Interest-Themen wie Musik, Kino, Software dominieren auch im Internet  
Low-Interest-Marken müssen härter arbeiten
- ☉ Das Internet ist bereits ein Informationsmedium und wird langsam auch zum Verkaufsmedium  
54 % der Internet-Nutzer haben schon Informationen über Produkte im Netz gesucht  
11 % haben schon mal etwas über das Internet gekauft

## Get Connected: Was das Internet kann ...



## Steckbrief: Internet

- ☞ Das 1:1-Kommunikationsmedium
  - Im direkten Kontakt über das Web
  - Persönliche Antworten auf persönliche Fragen
- ☞ Das Internet ist damit kein Massenmedium, sondern ein Beziehungsmedium
- ☞ Zwar noch zu unübersichtlich, aber ...
  - Praktisch: Man findet alles – wenn man weiß, wo man suchen muss
  - Bereits auf dem Weg zur Normalität:  
weniger Faszination, mehr Pragmatismus spürbar

„Das hat doch mittlerweile jeder!“

*Telekommunikation und Handys –  
ein Statussymbol auf dem Weg zum Standard*

## Telefonieren zu Hause:

### Kein Paradies für Jugendliche:

48 % haben ein schnurloses Telefon im Haushalt

18 % haben mehr als einen Telefonanschluß im Haushalt

15 % haben ein eigenes Telefon für sich

10 % haben eine eigene Telefonnummer

### „Normales“ telefonieren dominiert:

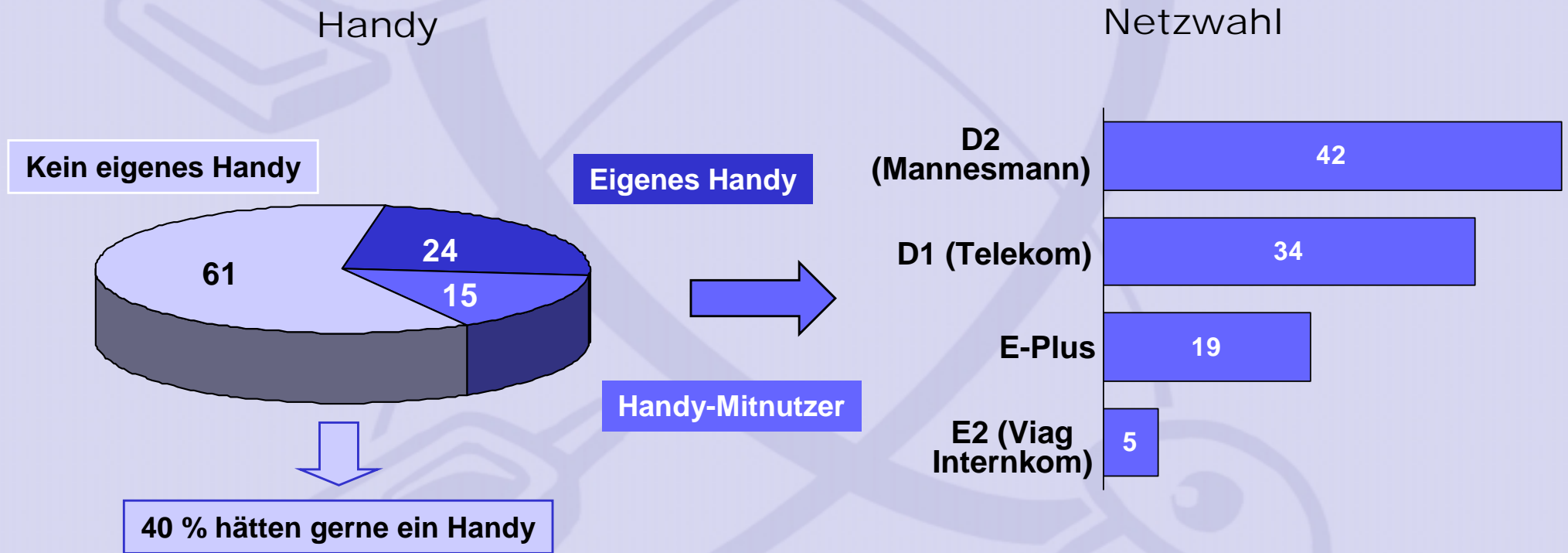
27 % machen oft oder manchmal Call-by-Call-Anrufe

3 % nutzen Pre-Selection-Angebote

Nur 22 % geben an, sich bei den aktuellen  
Telefontarifen gut auszukennen!

# Kein Wunder: Jugendliche lieben Handys ...

Hast du eigentlich ein eigenes Handy oder gibt es bei euch zu Hause eines, das du regelmäßig benutzt? Für welches Mobilfunknetz ist denn dieses Handy?



Basis: alle Befragten, n = 800/Angaben in %

red. Basis: alle Befragten, die ein Handy nutzen, n = 316/Angaben in %

## Handys sind High Interest!



Sie passen in die jugendliche Lebenswelt  
Garantieren Spontaneität und Mobilität



Sie sind Ausdruck der individuellen Persönlichkeit

84 % halten das Handy-Design für wichtig

35 % der Handy-Nutzer haben farbige Oberschalen zum Wechseln



Entsprechend: hohe Markentreue!

74 % halten die Marke beim Handy für wichtig

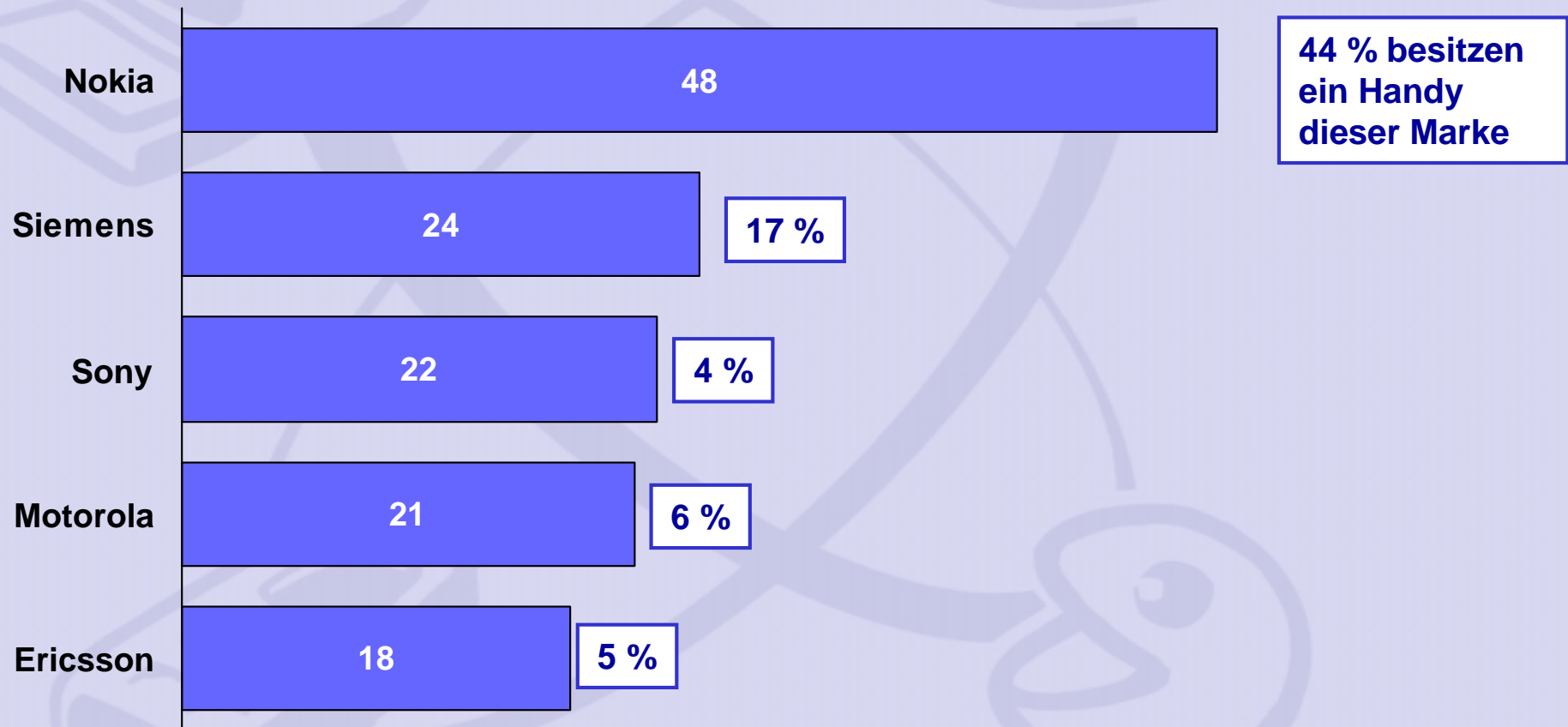
41 % wissen jetzt schon sicher, dass sie wieder ein Handy der gleichen Marke kaufen werden

62 % werden nicht das Handy-Netz wechseln



## Handy Marken – Top 5

Ich lese dir jetzt mal die Namen von ein paar Handyherstellern vor. Sage mir doch bitte mit Hilfe dieser Liste hier (sehr gut, gut, nicht so gut, gar nicht gut, kenne ich nicht), wie du sie so findest.

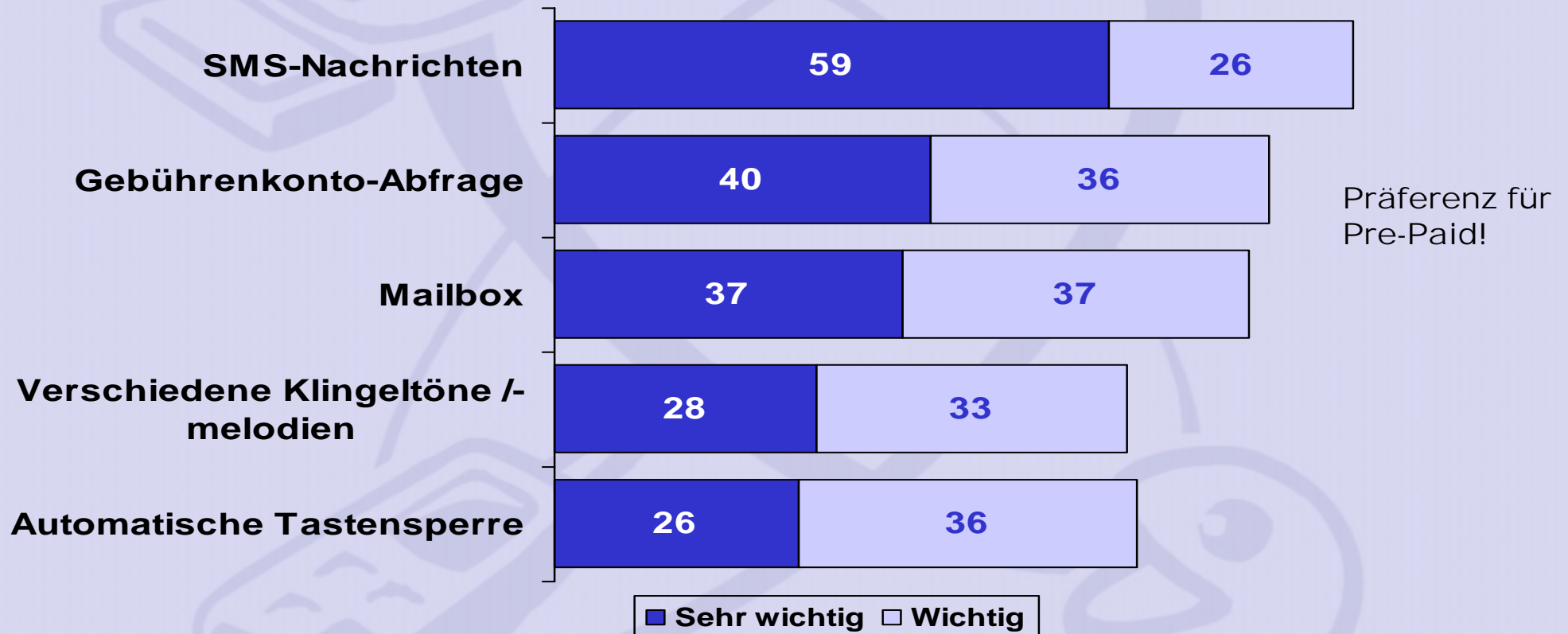


Top Box Wert: Finde ich sehr gut

Basis: alle Befragten, n=800 / Angaben in %

## Die wichtigsten Funktionen von Handys

Was muss denn ein Handy deiner Meinung nach alles können? Sag mir dich bitte mit Hilfe dieser Liste hier, wie wichtig (sehr wichtig, wichtig,weniger wichtig, gar nicht wichtig, kenne ich nicht) dir die einzelnen Funktionen eines Handys sind, die ich dir gleich vorlese.



Top Two Werte: sehr wichtig; wichtig

Basis: alle Befragten, n=800 / Angaben in %

## Get Connected: Was Handys können ...

Finden einer neuen Identität?

JA!

Finden einer neuen „Familie“?

JA!

Spaß, Unterhaltung?

AUCH!

Erfolg, Anerkennung?

AUCH!





Jungen: Leistung zeigen?

NEIN!

12 Jahre

18 Jahre

## Steckbrief: Handys

-  Das ideale Kommunikationsmittel für Jugendliche:  
Klein, flexibel, praktisch, einfach
-  Wer viel kommuniziert, braucht ein Handy  
Das einzige technische Gerät, das für Mädchen attraktiver ist
-  Handys sind kein echtes Statussymbol mehr  
Ihre Funktionalität überzeugt  
Sinkende Kosten  
Aber: sehr wohl Differenzierung über Marke und Design
-  Der Hype SMS ...  
Spricht den Spieltrieb an

„In Zukunft haben das alle ...“

*Das Fazit: 10 Thesen zur weiteren Entwicklung  
der jugendlichen Kommunikationstechnik*

## Das Fazit: 10 Thesen

- ❧ Jugendliche nutzen die neuen Kommunikationstechnologien zur Befriedigung ihrer Grundbedürfnisse. Dabei wählen sie aus vielfältigen Optionen jeweils das optimale Medium aus.
- ❧ Die neuen Techniken sind keine Statussymbole mehr, sondern werden immer mehr zur Selbstverständlichkeit.
- ❧ Mädchen werden diese Medien auch weiterhin anders einsetzen: Sie sind pragmatischer, wollen unmittelbaren Nutzen und nicht erst vorher tüfteln müssen.
- ❧ Technikfaszination wird aber auch bei Jungs auf Dauer keine Triebfeder sein: Einfache Angebote werden sich gegen komplexe durchsetzen.
- ❧ Eine weitere Verschmelzung von Geräten macht für Jugendliche nur Sinn, wenn ein deutlicher Zusatznutzen geboten wird.

## Das Fazit: 10 Thesen

- ❌ Neue Märkte, neue Marken: Wer hier den Anschluss verpasst, für den wird es teuer. Wer neu einsteigt, hat (noch) große Chancen.
- ❌ Markentreue ist jedoch machbar: Voraussetzung ist die Verknüpfung der Marke mit einem klaren, unique Benefit.
- ❌ Eltern erkennen die Notwendigkeit, ihre Kinder mit moderner Kommunikationstechnologie vertraut zu machen – und sind zunehmend bereit, hier zu investieren.
- ❌ Wenn die Anschaffung erst einmal beschlossen ist, entscheiden die echten Experten die Details: die Jugendlichen.
- ❌ Kommunikationstechnologie wird nie den persönlichen Kontakt ersetzen können: Das Geschäft wird genauso wenig verschwinden wie das Café oder die Disco.



**BRAVO**

**GET CONNECTED**