

PRESSEINFORMATION

Neue Targeting-Gruppen im Blick:

„Funkloch Schule“: Deutlich ansteigende Radio-Nutzung der Jugendlichen mit Beginn der Berufszeit / Schulknick ausgleichen durch zeit- und ortsunabhängige neue Audioangebote

Berlin, 7. Februar 2008 – Während Jugendliche mit dem Start ins Berufsleben ihren Arbeitstag zunehmend mit Hilfe von Radio strukturieren, hat die Zielgruppe der Schüler hierzu schlichtweg weniger Gelegenheit. Zu diesem Ergebnis kommt die Sonderauswertung der Radiozentrale „Funkloch Schule“ aus der Media-Analyse 2007 Radio II (ma). In der letzten ma-Ausweisung war die niedrigere Verweildauer der 14-19jährigen aufgefallen, während die 14-29jährigen ihre Zeit mit Radio deutlich ausgedehnt hatten. Ziel der Analyse war es, den vermuteten Einfluß der Schulzeiten auf die geringeren Nutzungsmöglichkeiten zu prüfen. Dieser Zusammenhang konnte durch das Aufsplitten in die Zielgruppen der 14-17jährigen Schüler und der zumeist schon im Berufsleben stehenden 18-21jährigen bestätigt werden. Dies wird mit Hilfe der in der Radioplanung gängigen 10er-Altersgruppen (14-19, 14-29 Jahre etc.) allerdings nicht deutlich.

Dass die geringe Verweildauer maßgeblich auf das „Funkloch Schule“ zurückzuführen ist, zeigt der Blick auf die außerschulischen Nutzungszeiten: Am frühen Morgen, nachmittags und abends bzw. am Wochenende sind die Schüler deutlich stärker dabei. Während die 14-17jährigen von Montag bis Freitag pro Tag nur 115 Minuten verweilen, bleiben sie sonntags 135 Minuten dran. Die 18- bis 21jährigen verbringen werktags 213 Minuten mit Radio, sonntags 152 Minuten. Zum Vergleich die klassische Sichtweise: Die Verweildauer der 14-19jährigen beträgt 138 Minuten, die der 14-29jährigen 214 Minuten (Mo-Fr; Radionutzungskurven über den Tag s. angehängte Charts).

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Das nicht beliebig erweiterbare Medien-Zeitbudget der jungen Zielgruppe ist bei den Schülern durch die Unterrichtszeiten, die in den reichweitenstärksten Radiozeiten liegen, zusätzlich eingeschränkt. Die reduzierten Schuljahre und die damit einhergehende Zunahme von Wochenstunden spitzen diese Situation weiter zu.“*

Die Studienreihe JIM des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest kommt in ihrer aktuellen zehnten Welle vom November zu dem Schluss, dass Radio seine Position im Medienrepertoire der Jugendlichen durch die Nutzung vielfältiger Empfangswege stärken kann. Im Gegensatz zu TV erreiche Radio die jungen Hörer bereits über verschiedene Plattformen wie Internet, MP3-Player und Handy.

Auch Lutz Kuckuck sieht hierin eine große Chance: *„Linear per Handy oder als Podcastangebot via MP3-Player kommt Radio z. B. auch auf dem Schulweg deut-*

lich näher an die ganz junge Zielgruppe heran. Jugendliche sind ständig auf der Suche nach neuen Impulsen und experimentieren daher mit innovativen, multi-sensualen Medien. Ihr Zeitbudget verteilt sich somit stärker auf mehrere Medien. Die Radiobranche wird sicher gerade mit Blick auf die Schüler-Zielgruppe die vielfältigen neuen Audioformen und Interaktionsmöglichkeiten, die hervorragende Vernetzbarkeit von Radio und Internet sowie die örtlich und zeitlich unabhängigen Angebote ausspielen."

Die Auswertung „Funkloch Schule“ steht als Präsentation kostenfrei zum Download auf www.radiozentrale.de zur Verfügung. In der Reihe „Neue Targeting-Gruppen“ ist bereits die Ausarbeitung zur Radionutzung der berufstätigen Mütter erschienen. Die Analysen werden kontinuierlich aktualisiert.

Fotos des Geschäftsführers finden Sie unter: <http://www.radiozentrale.de/site/194.0.html>.

Die Radiozentrale ist seit Herbst 2005 operativ am Start. Die Gattungsinitiative versteht sich als gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie.

Pressekontakt:

Susanne Baldauf

Leitung Kommunikation

Telefon: +49 (0)30 / 32 51 21 63

E-Mail: susanne.baldauf@radiozentrale.de