

Die Typen-Tabelle

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **107 (1981)**

Heft 32

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-610040>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.



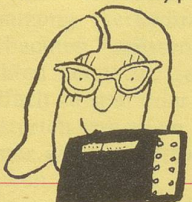



Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Typen-Tabelle

Typ	Anteil an Bevölkerung %	Charakteristik	Alter: Wohnort:	Geschlecht:	Bildung, Berufl. Stellung, Kaufkraft:	Polit. Interesse:	TV-Konsum:					
A Zurückhaltender Typ 	19	Relativ geringer Medienkonsum. Gegenüber Werbung passiv-tolerant, ausgenommen TV-Programm, das aber lustlos konsumiert wird. Wenig Interesse an Aktualität.	Ausgeglichenere Zusammensetzung aus allen Altersstufen, jedoch alle über 29 Jahre Ausgeglichenere Zusammensetzung bezüglich Siedlungsart des Wohnortes	Ausgeglichenere Zusammensetzung, aber Frauen eher etwas überwiegend	Geringste Bildung und Kaufkraft							
B Multimedia-Typ 	15	Lebensnah und neugierig. Offen für Zeitungen und Zeitschriften und insbesondere auch für Radio/TV. Nimmt Information rasch auf, sofern sie nicht komplex ist. Spricht auf materielle Verlockungen der Werbung an.										
C Print-Media-Typ 	18	Interessen wie Typ B, zieht aber Presseerzeugnisse den elektronischen Medien vor. Also wählerisches Medienverhalten. Bevorzugt auch auf-lagenstarke Zeitschriften.										
D Business-Typ 	17	Interesse teilweise beruflich bedingt. Schätzt neben Zeitung auch Fachpublikation. Politik- und Wirtschaftsteil von Presseerzeugnissen stehen im Vordergrund. Offen gegenüber verschiedenen Medien, aber informations- und werbe-kritisch.										
E Intellektueller Typ 	19	Bevorzugt Bücher, allenfalls Tageszeitung. Lehnt Radio/TV/Zeitschriften eher ab. Interesse gilt Kunst, Kultur, Literatur, Wissenschaft, Wirtschaft. Kritischste und wohlhabendste Schicht. Noch werbekritischer als D. Befasst sich auch mit komplexer Information.										
F Jugendlich-unbeschwerter Typ 	12	An Aktualität weniger interessiert. Spontanes, flüchtiges Verhalten. Kommt mit schwieriger Information zurecht, hat auch viel Sinn für Bildliches. Haltung zur Werbung: neutral oder negativ.						Unter 29 Jahre		Von A bis E zunehmend ansteigend bezüglich beruflicher Stellung, Bildung und Kaufkraft Höchste Kaufkraft (22% der Kaufkraft)	Teilnahme an politischen Abstimmungen von A bis E zunehmend	Fernsehkonsument von A bis E zunehmend sinkend
									Ausgeglichenere Zusammensetzung			ca. wie bei D