

# Der typische Blogger trägt Dreitagebart - Konzept & Analyse hat 13.000 Internetnutzer befragt

Datum: 14.12.2006 10:10

Kategorie: Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: Konzept & Analyse AG

Nürnberg, 14. Dezember 2006 - Kaum eine andere Zielgruppe wird von Marketing- und PR-Fachleuten stärker diskutiert als Blogger. Doch die Eingrenzung dieser Gruppe fällt den Experten momentan schwer. Das Marktforschungsinstitut Konzept & Analyse hat jetzt im Auftrag von FriendScout24 über 13.000 Internetnutzer ab 18 Jahren zu ihren Nutzungsgewohnheiten von Foren, Blogs, Networks und Newsgroups befragt. Das soziodemografische Ergebnis: Der erwachsene Prototyp-Blogger ist männlich und trägt Dreitagebart. Er ist bis 29 Jahre alt und führt eine freischaffende Tätigkeit aus. Die körperliche Fitness zählt nicht zu seinen Prioritäten - viele der Intensivnutzer bezeichnen sich als „kaum oder untrainiert“ und „leicht übergewichtig“ bis „stattlich“.

„Der von uns aufgezeigte Prototyp ist sicherlich eine Zeiterscheinung“, sagt Ralph Ohnemus, Vorstand und Hauptgesellschafter der Konzept & Analyse AG. „Wir gehen davon aus, dass sich das Bild des typischen Blogger in einigen Jahren verändern wird: Neben den Freischaffenden - von denen wir Marketingfachleute wissen, dass sie Innovationen schneller nutzen - wird dann auch ‚Lieschen Müller‘ im Web bloggen. Bis dahin muss sich Blog-Marketing allerdings an eine junge, männliche und innovative Zielgruppe richten, wenn es erfolgreich sein möchte.“

Insgesamt nutzt knapp ein Viertel der Deutschen, 23,4 Prozent, Blogs & Co. im Internet. 54 Prozent dieser Gruppe bezeichnen sich als reine „Leser“, 33 Prozent verfassen außerdem Kommentare und 12,5 Prozent (drei Prozent aller Befragten) nutzen die Tools intensiv oder schreiben in Eigenregie. „Die Gruppe der echten Nutzer ist erheblich kleiner als in der momentanen Euphorie angenommen wird“, so Ralph Ohnemus. „Das wird besonders deutlich vor dem Hintergrund unserer Stichprobe, die fast ausschließlich aus Internet-affinen Personen besteht.“

Weitere Informationen:

Ralph Ohnemus, Vorstand

Konzept & Analyse AG

Kinkelstraße 12

90482 Nürnberg

Telefon 0911 9954-242

<mailto:ralph.ohnemus@konzept-analyse.de>

[www.konzept-analyse.de](http://www.konzept-analyse.de)

Diese Pressemitteilung wurde auf openPR veröffentlicht.

Ulrike Michels / Cornelia Müller

Klenk & Hoursch Partner für Public Relations

Hedderichstraße 108 / 60596 Frankfurt am Main

Telefon 069 719168-19

<mailto:ulrike.michels@klenkhoursch.de>

#### Über Konzept & Analyse:

Konzept & Analyse gehört mit über 30 Mitarbeitern zu den führenden Unternehmen im Bereich der qualitativen Marktforschung und ist seit 20 Jahren für namhafte Markenartikler aus allen Branchen sowie für Verbände, Finanz- und Versicherungsdienstleister und Medienunternehmen tätig. Das Unternehmen war maßgeblich beteiligt am Erfolg zahlreicher Markenartikler wie Beck's, Langnese, Jever, Landliebe oder Wrigley's Extra. Alle Projekte werden von Marktforschungsspezialisten und erfahrenen Marketingexperten gemeinsam betreut. Einer der Schwerpunkte des Instituts liegt auf der Konsum- und Motivforschung. Auf der Basis des MarkenMonopol-Konzepts wurden Methoden wie das Psychodrama oder die MOT-Wirkungsanalyse entwickelt. Damit können die ursächlichen rationalen und emotionalen Gründe und Motive für das Kaufverhalten erhoben werden, an denen die Standardmarktforschung scheitert. Die Wirksamkeit der eigenen Methoden wurde in knapp 100 verschiedenen Märkten und Produktkategorien bewiesen.<sup>57</sup>