



Tatort „Schule“

Verhalten, Affinitäten und Marken
Einstellung & Aufmerksamkeit gegenüber
,Werbung an Schulen‘

w&p marketing GmbH

research

Dezember 2002

I. Zur Erhebung

Im Rahmen von schriftlichen Interviews unter der Aufsicht von geschulten Interviewern sind im Zeitraum von Oktober bis Dezember 2002 insgesamt 637 Schülerinnen und Schüler in den Städten Bremen, Bochum, Berlin, München, Chemnitz und Dresden befragt worden.

Der Zielgruppe wurde im Klassenverband unter der Aufsicht von einem Lehrer und einem Interviewer, der für etwaige Verständnisfragen zur Verfügung stand, ein schriftlicher Fragebogen gegeben, der in der Klasse ausgefüllt werden sollte.

Der Fragebogen enthielt größtenteils geschlossene Fragen mit Antwortvorgaben. Die Schülerinnen und Schüler hatten beliebig Zeit, den Bogen auszufüllen.

Alle untersuchten Schulen sind vertraglich an die spread blue media group GmbH gebunden und verfügen seit einem längerem Zeitraum über verschiedene Werbemedien an ihrer Schule (Plakate/ Poster, Schülerzeitung, Gratispostkarten, busybooks/ collegebooks etc.).

Die befragte Zielgruppe ist im Zeitraum der Erhebung zwischen 10 und 21 Jahren alt; das Durchschnittsalter liegt bei 14,6 Jahren. Da die Erhebung in den jeweiligen Klassenräumen stattfand, entspricht die Geschlechterverteilung den tatsächlichen Verhältnissen. Insgesamt ist das Verhältnis ausgeglichen: 47% der Befragten ist weiblich, 51% männlich. Etwa 1% machte dazu keine Angabe.

In der nachfolgenden Auswertung ist gekennzeichnet, wenn bei bestimmten Fragen Mehrfachnennungen möglich gewesen sind. Fehlende Prozentangaben zu 100 können aus Rundungen entstehen.

Die Schülerinnen und Schüler sind im Vorfeld darauf aufmerksam gemacht worden, dass ihre Daten vertraulich behandelt werden, keine Namen aufgenommen werden und dass die Teilnahme freiwillig ist.

II. Executive Summary

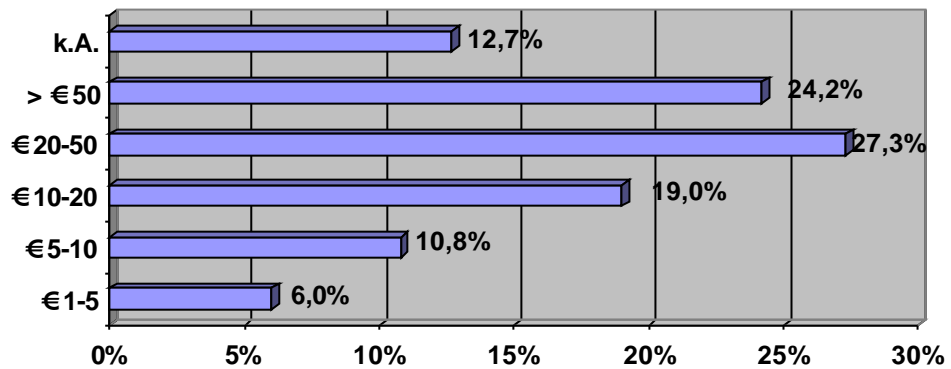
- ➔ Im Durchschnitt geben die befragten Schülerinnen und Schüler mehr als Euro 30,- pro Monat für sich und andere aus.
- ➔ Mehr als drei Viertel der Befragten mit dem Durchschnittsalter von knapp 15 Jahren besitzt ein Handy.
- ➔ Das beliebteste Werbemedium in der jungen Zielgruppe sind Poster an Schulen und TV-Spots.
- ➔ Mehr als die Hälfte der Befragten findet Werbung an Schulen ‚gut‘ oder ‚sehr gut‘.
- ➔ Das Schulmedium, das den befragten Schülerinnen und Schülern am stärksten in Erinnerung bleibt sind Plakate.
- ➔ Knapp die Hälfte der Befragten zeigt seine Schülerzeitung noch anderen Personen.
- ➔ Vier von fünf Schülern interessieren sich schon heute für die Automarke, die sie einmal fahren wollen.
- ➔ Mehr als die Hälfte entscheiden beim Autokauf der Eltern mit.
- ➔ Ein Drittel aller Befragten fühlt sich von einem Plakat in der Schule mehr angesprochen als von einem in der Fußgängerzone.
- ➔ Die befragten Schülerinnen und Schüler interessieren sich besonders für Marken aus dem Bereich Bekleidung / Mode, Autos und Handys.

III. Auswertung

1. Konsumentenverhalten von Schülern...

„Wie viel Geld gibst du ungefähr im Monat für dich und andere aus inklusive dem Geld, was du vielleicht geschenkt bekommst oder dir noch dazu verdienst?“

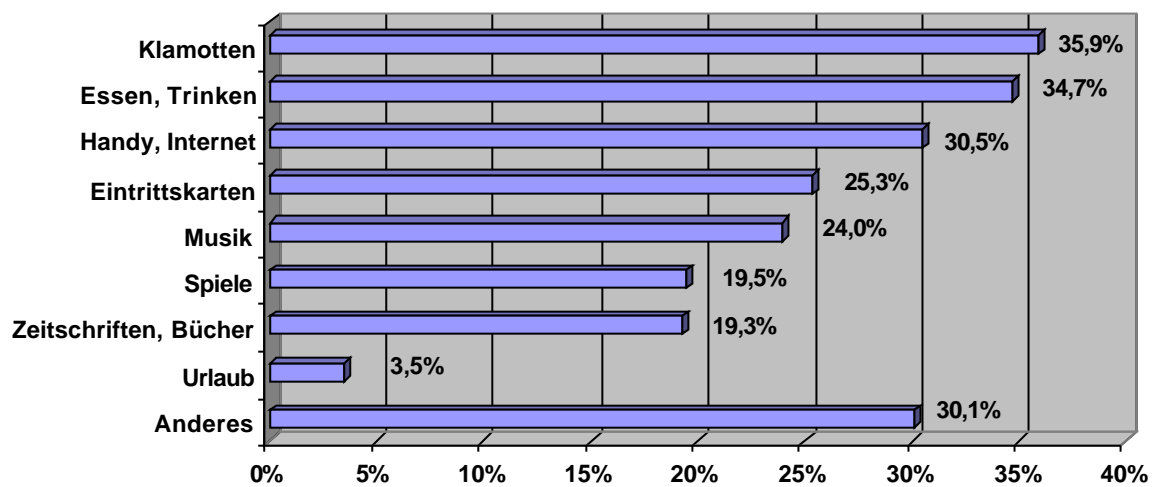
Im Durchschnitt geben die befragten Schülerinnen und Schüler über Euro 30,- im Monat für sich oder andere aus. Die meisten antworteten mit „zwischen Euro 20 und Euro 50“ (27%).



„Wofür gibst Du am meisten Geld in deiner Freizeit aus?“

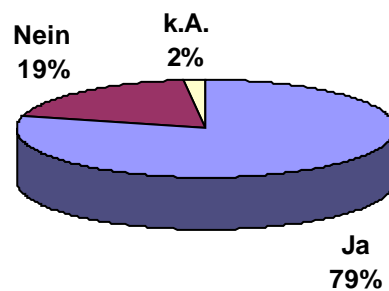
(Mehrfachnennung möglich)

Mit dem zur Verfügung stehenden Geld befriedigen die Jugendlichen vor allem Grundbedürfnisse (*Essen und Trinken*: 35% und *Klamotten*: 36%). Darüber hinaus wird das Geld für *Handy und Internet* und für *Eintrittskarten für Konzerte oder Kino* ausgegeben.



„Hast du ein Handy?“

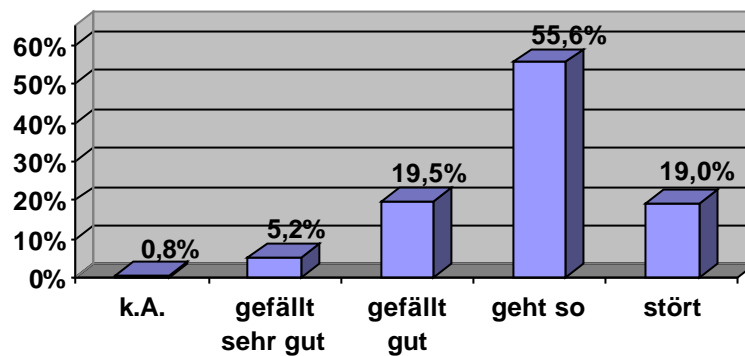
Mehr als drei Viertel der Befragten besitzen ein Handy.



2. Bewertung von Werbung...

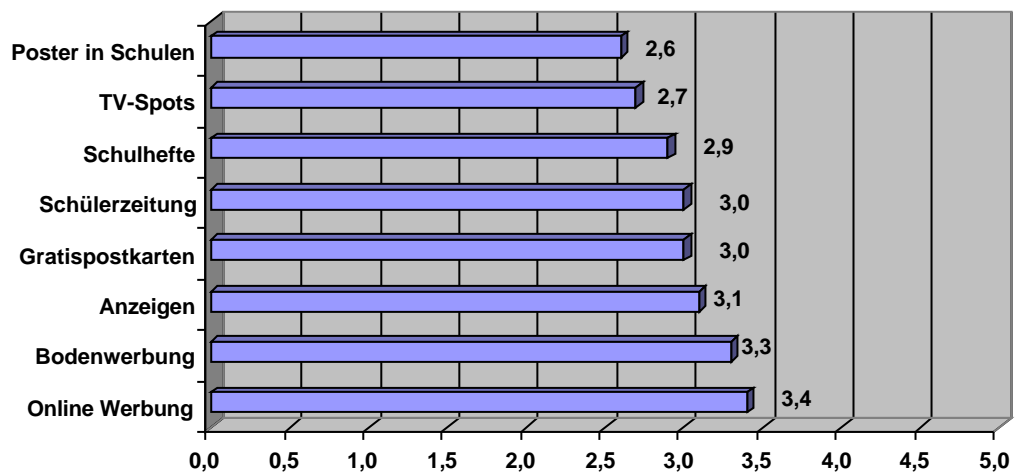
„Gefällt Dir allgemein Werbung oder stört sie dich?“

Der Großteil der befragten Schülerinnen und Schüler antwortete auf die Frage mit „geht so“ (über 50%). Insgesamt gefällt Werbung eher (25%) als dass sie stört (19%).



„Welche Werbung findest du gut, welche nicht so gut? Bewerte bitte die folgenden Medien nach Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (schlecht)!“

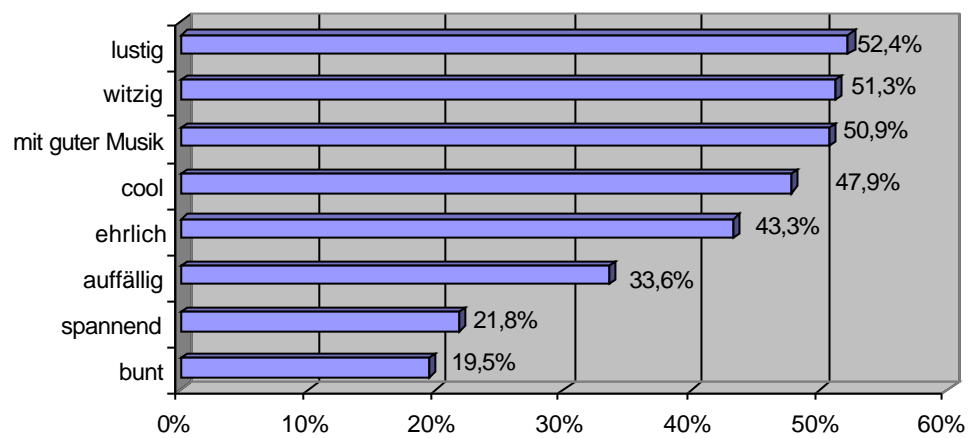
Poster in Schulen sind die beliebteste Werbung, die die befragten Schülerinnen und Schüler kennen. Weitere beliebte Werbeformen sind TV-Spots und Schulhefte. Die am schlechtesten benotete Werbung ist Online-Werbung.



„Wie sollte Werbung deiner Meinung nach sein?“

(Mehrfachnennungen möglich)

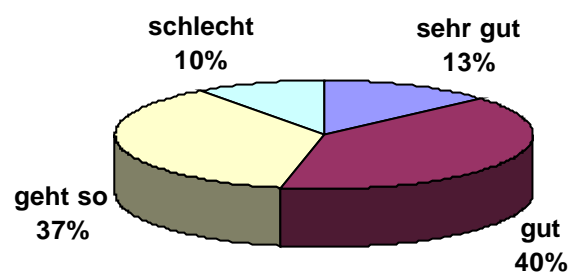
Werbung sollte nach Meinung der befragten Jugendlichen vor allem *lustig*, *witzig* und *mit guter Musik* sein. Gar nicht angesagt ist *bunte* oder *spannende* Werbung.



3. Werbung an Schulen...

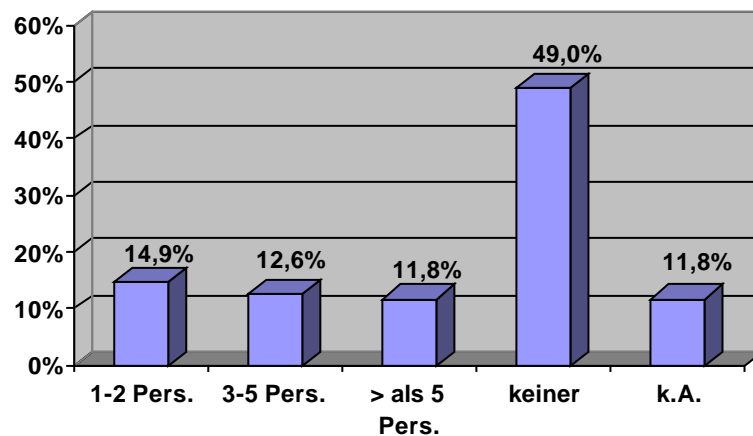
„Wie findest du die Idee der Werbung an Schulen, wie die Schülerzeitung, Schulhefte, Postkarten oder Plakate?“

Mehr als die Hälfte der Befragten (53%) findet ‚Werbung an Schulen‘ *gut* oder *sehr gut*. Nur 10 Prozent bewertet sie negativ, obwohl fast 20% aller Werbung ganz allgemein stört (vgl. 2.)



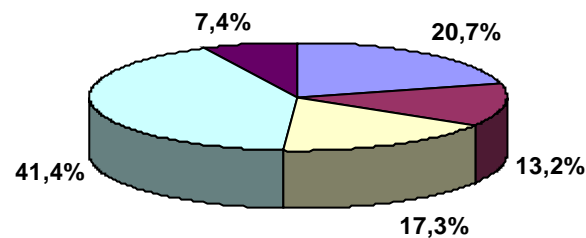
„An deiner Schule gibt es eine Schülerzeitung. Wie viele Personen lesen die von dir gekaufte Zeitung noch?“

Dass die Schülerzeitung ein interessantes Medium ist, zeigt, dass bei fast 40% der befragten Schülerinnen und Schüler das Magazin noch an andere weitergereicht wird. Immerhin noch mehr als 10% geben an, dass sie die Zeitung an *mehr als 5 Personen* ausleihen. Das steigert die Kontaktchancen enorm.



„Ihr bekommt an eurer Schule auch Gratishefte. Wie viele Personen bekommen dein Schulheft noch zu sehen?“

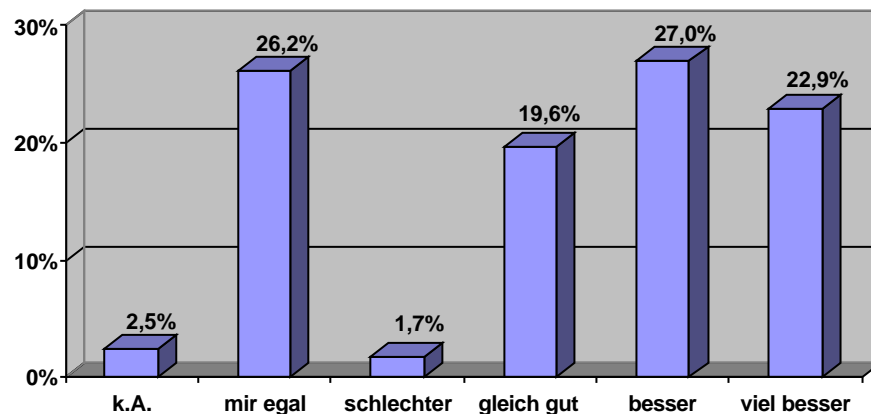
Gratisschulhefte bekommen noch mehr Personen zu sehen als Schulhefte. Mehr als die Hälfte der befragten Personen (51,2%) meint, dass ihr Heft noch von anderen gesehen wird, wodurch die Kontaktchancen steigen.



■ 1-2 Pers. ■ 3-5 Pers. ■ > als 5 Pers. □ keiner ■ k.A.

„Wie findest du die busybooks / collegebooks im Vergleich zu normalen Schulheften?“

Die Hälfte der Befragten findet busybooks und collegebooks besser als die normalen Schulhefte. Das zeigt, dass das Medium in der Zielgruppe besonders beliebt ist und positiver bewertet wird – trotz Werbung.

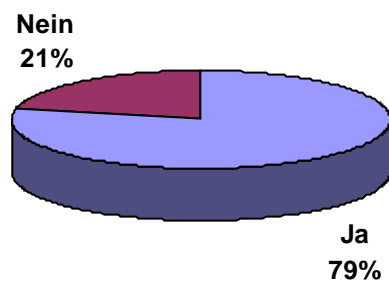


4. Schüler und Marken...

„Interessierst du dich heute schon für eine Automarke, die du mal fahren willst?“

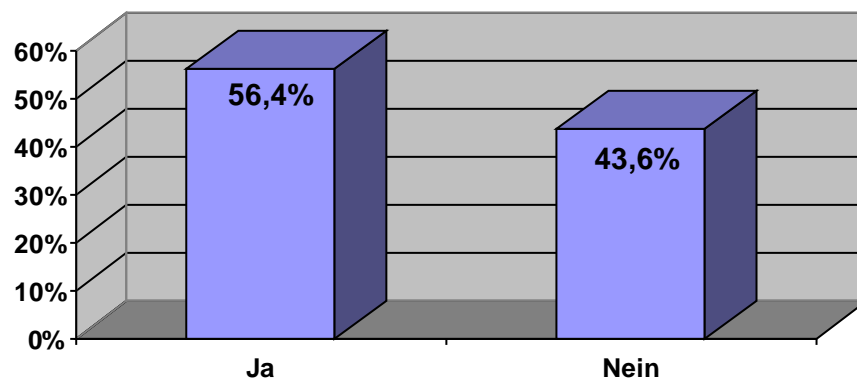
Mehr als drei Viertel der befragten Schülerinnen und Schüler interessieren sich schon heute für die Automarke, die sie mal fahren wollen.

Markenbewusstsein für noch nicht erreichbare Produkte ist also schon in der jungen Zielgruppe vorhanden.



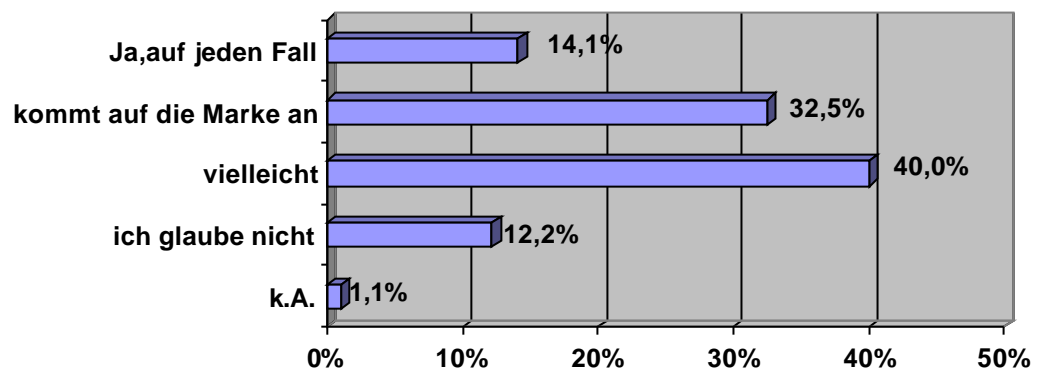
„Kannst du mitbestimmen, was für ein Auto bei deinen Eltern angeschafft wird?“

Mehr als die Hälfte der Befragten kann sogar schon (größtenteils) minderjährig mitbestimmen, welches Auto sich die Eltern anschaffen. Dies zeigt, welchen Einfluss Kinder bei der Auswahl der Marken und Produkte auf ihre Erziehungsberechtigten haben.



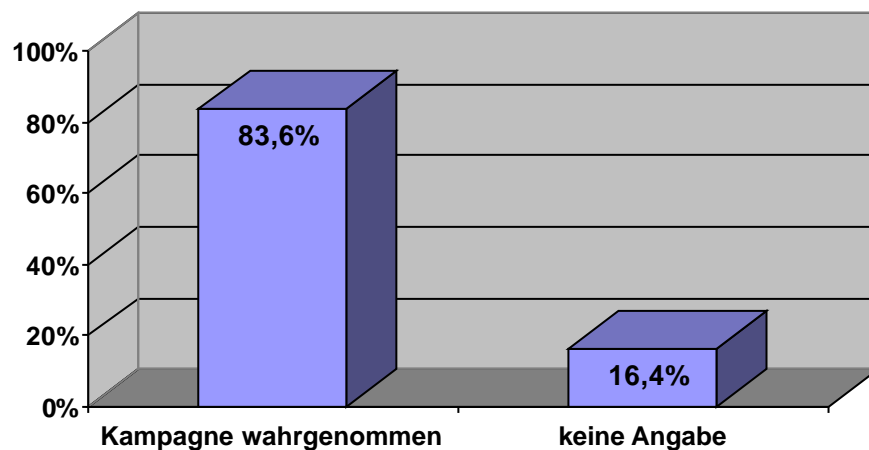
„Würdest Du dich für einen in der Schule beworbenen Film, Stift, Eissorte oder einen Sportschuh interessieren?“

Schüler und Schülerinnen nehmen die Werbung in der Schule auch als solche wahr. Jeder siebte Schulgänger (14%) würde sich *auf jeden Fall* für ein in der Schule beworbenes Produkt interessieren. Fast drei Viertel (73%) lassen sich von den Informationen auf den Plakaten oder in den Schulheften zumindest anregen und überlegen einen Kauf.



„Zur Zeit läuft in deiner Schule eine Kampagne der Firma FUJI. Bewerte bitte die Kampagne und das Motiv nach Schulnoten von 1 bis 5.“

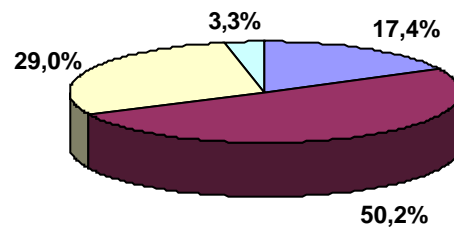
Die Kampagne der Firma FUJI haben über 80% der Befragten wahrgenommen. Sie bewertet sie mit der Durchschnittsschulnote von 2,7.



5. Schüler und das Lebensumfeld...

„Ist deine Schule durch die Poster, Gratispostkarten und die Schülerzeitung interessanter, schöner und lebensnäher geworden?“

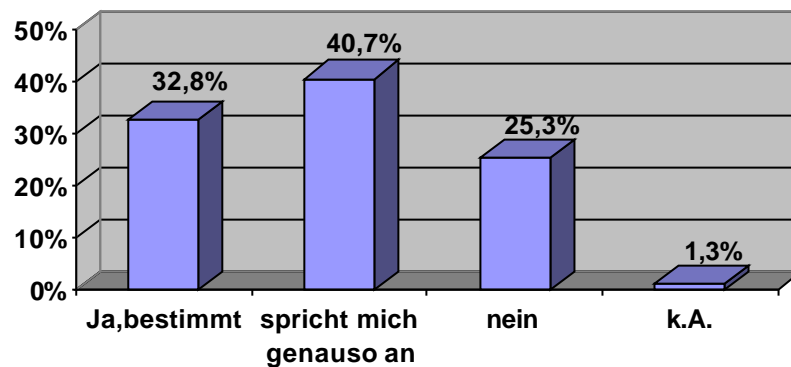
Werbung in der Schule wird als nicht so lästig wahrgenommen wie z.B. Werbung im TV. Lediglich ein knappes Drittel findet nicht, dass die Schule durch Werbemaßnahmen schöner und interessanter geworden ist, während immerhin knapp 20% sogar eine Verschönerung ihrer Schule durch Werbung feststellen. Der Großteil der Befragten (über die Hälfte) registriert die Werbung, ohne sie als lästig oder schön zu empfinden.



■ ja,auf jeden Fall ■ eigentlich unverändert ■ finde ich nicht ■ k.A.

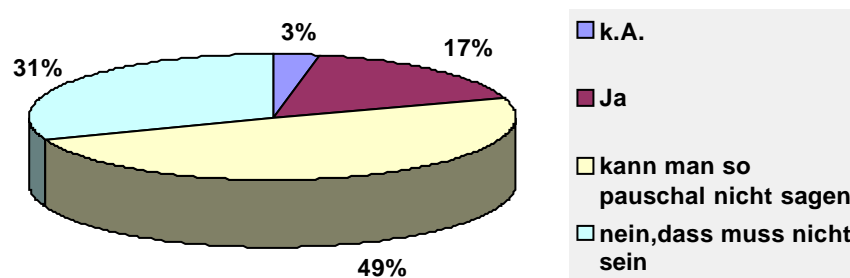
„Würde dich ein Werbeplakat in der Schule mehr ansprechen als in der Fußgängerzone?“

Die Zielgruppe der Schülerinnen und Schüler hat erkannt, dass Werbung in der Schule sie ganz speziell ansprechen soll. Ein Drittel aller Befragten fühlt sich von einem Werbeplakat in der Schule mehr angesprochen als von einem Plakat in der Fußgängerzone. Medien in Schulen werden durch diese Aussage von der jungen Zielgruppe stärker wahrgenommen als andere Medien in ihrem Umfeld.



„Sind Unternehmen, die in der Schule werben, innovativer und moderner als andere Unternehmen?“

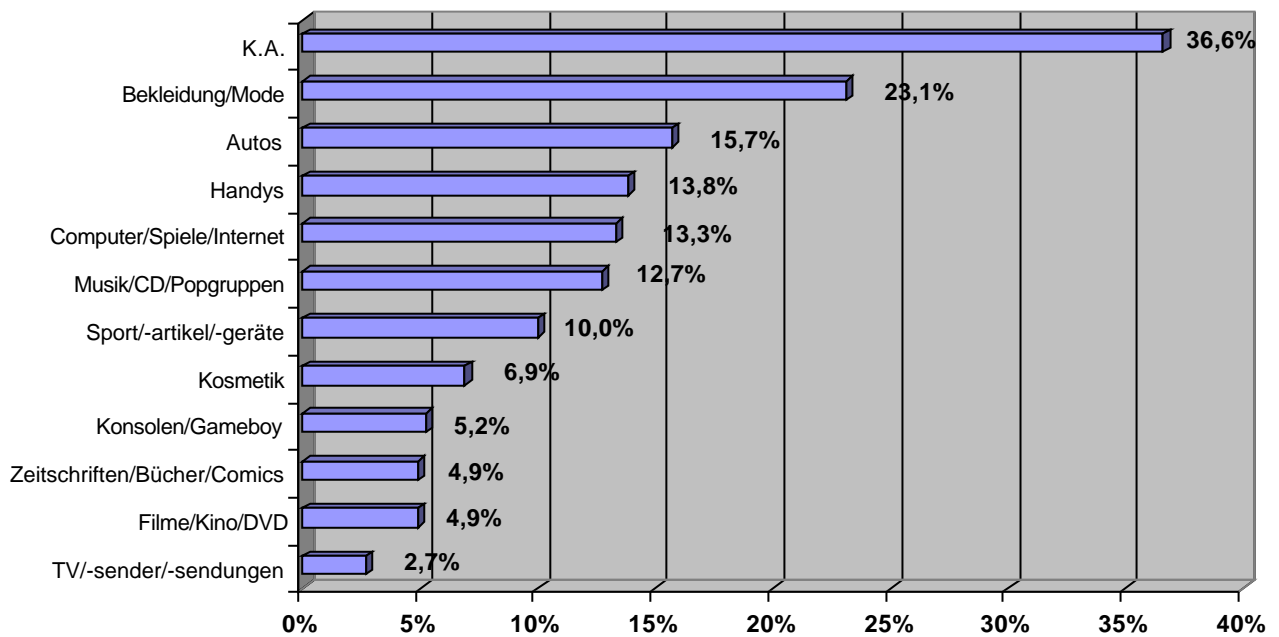
Dass Unternehmen, die die Schule als Kontaktmöglichkeit zur jungen Zielgruppe erkannt haben, innovativer und moderner sind als andere, kann man „so pauschal nicht sagen“. Dieser Auffassung sind fast die Hälfte aller Befragten. Immerhin jeder Sechste glaubt dies hingegen schon.



„Für welche Produkte oder Firmen interessierst du dich allgemein?“

In dieser offenen, abschließenden Frage sind die befragten Schülerinnen und Schüler aufgefordert worden, Produkte oder Firmen zu nennen, für die sie sich ganz allgemein interessieren. Die Firmen, die ungestützt genannt worden sind, stehen also in einem besonderen Fokus der jungen Zielgruppe; die Namen oder Marken haben sich schon (zumindest leicht) manifestiert.

Im ersten Teil dieser Auswertung der letzten Frage wurden zunächst die Antworten nach Branchen kategorisiert. Aufgrund der Vielzahl der Antworten sind nur die meistgenannten berücksichtigt.



Im folgenden einige Tabellen, die die Vielzahl der Antworten berücksichtigen, unterteilt nach Bekleidung, Autos und Handys.

Marken:

Angaben zu Marken / Firmen gemacht: 29%
(Mehrfachnennungen möglich)

Mode, Bekleidung	Nennungen
Nike	36
Adidas	24
Puma	11
Fubu	7
Arts	6
Esprit	5
Pitbull	4
Eastpack	4
Dickies	3
Etnies	3
Fila	3
H&M	3
Lonsdale	3
New Yorker	3
Replay	3
Southpole	3
Fishbone	2
Isback	2
Orsay	2
Pimki	2

Autos	Nennungen
BMW	47
Mercedes	19
Audi	10
Ferrari	5
Porsche	5
VW	5
Opel	3
Jaquar	2

Handy	Nennungen
Nokia	16
Sony*	12

*Kann auch Konsole (Playstation) gemeint sein.

6. Statistische Analyse einiger Ergebnisse nach relevanten Zusammenhängen...

Im folgenden ist versucht worden, zwischen ermittelten Einzelergebnissen zweier unterschiedlicher Fragen mittels Korrelationsanalyse Zusammenhänge zu ermitteln.

Geschlecht der Befragten und Ist dir die Schulwerbung schon aufgefallen?

Ziel dieser Korrelation ist, festzustellen, ob den weiblichen Befragten Schulwerbung eher auffällt als männlichen Befragten oder umgekehrt. Dies ist nicht der Fall: Schulwerbung fällt beiden Gruppen gleich stark auf.

Geschlecht der Befragten und Wie findest du die busybooks/ collegebooks im Vergleich zu normalen Schulheften?

Ziel ist hier zu ermitteln, ob Schülerinnen eine stärkere Sympathie zu busybooks/ collegebooks haben als Schüler.

Dies ist tatsächlich so: Schülerinnen finden mit ca. 15 Prozentpunkten die busybooks / collegebooks im Vergleich zu den normalen Schulheften besser als Schüler.

Alter der Befragten und Würdest du dich für einen in der Schule gut beworbenen Film, Stift, eine Eissorte oder einen Sportschuh interessieren?

Bei dieser Korrelation soll ermittelt werden, ob das Alter der Befragten in Zusammenhang steht mit dem Interesse an gut beworbenen Produkten in der Schule. Sind ältere Schülerinnen und Schüler leichter durch Werbung an Schulen anzusprechen?

Die statistischen Analyse hat ergeben, dass dies tatsächlich der Fall ist. Die Befragten im Alter zwischen 15 und 21 Jahren würden sich eher für ein gut beworbenes Produkt in der Schule interessieren als jüngere.

IV. Fazit

Die befragte Zielgruppe der Schülerinnen und Schüler verfügt über eine hohe monatliche Kaufkraft, die sie vor allem für Bekleidung, Essen und Trinken einsetzt. Sie interessieren sich für Musik, CD's, elektronische Spiele (Gameboy/ Playstation/ PC) und Handys (75% der Befragten besitzen ein solches).

Werbung interessiert eher als dass sie stört, wobei Plakate (in Schulen) und TV-Spots die Favoriten sind. Werbung sollte aber eher unterhaltend (witzig, lustig, mit guter Musik) als auffällig (laut, bunt) sein.

Werbung an Schulen finden mehr als die Hälfte der Befragten zumindest gut, obwohl sie nicht (mehr?) unbedingt jedem auffällt. Dies kann auch zeigen, dass sich Werbung in Schulen inzwischen etabliert hat und zu etwas „Alltäglichem“ geworden ist.

Bemerkenswert ist, wie viele Kontaktmöglichkeiten Werbeformate in Schulen haben. Die Schülerzeitung (mit Anzeigen) zeigen über 40% der Befragten weiter, das Schulheft (mit Sponsoring) sogar mehr als die Hälfte. Werbung hat sich im Schulalltag der jungen Zielgruppe manifestiert – sie gehört dazu.

Auffallend ist die hohe Markenkenntnis und das Bewusstsein von Marken bei Schülerinnen und Schülern, was von den Ergebnissen großer Institute (Shell Studie, Youth Browser, Bravo Faktor Jugend, TIMESCOUT etc.) gestützt wird. Schon jetzt (Durchschnittsalter der Befragten: 14,6 Jahre) interessieren sich fast 80% aller Befragten für die Automarke, die sie einmal fahren wollen und mehr als die Hälfte „beraten“ ihre Eltern beim Autokauf. Die Vielfalt der Marken, die die junge Zielgruppe bereits kennt, ergibt sich eindrucksvoll aus den Nennungen auf die abschließende offene Frage (siehe Seite 17 f.).

Schülerinnen und Schüler nehmen Werbung in und an Schulen nicht nur wahr, sondern sie ist für sie zur Selbstverständlichkeit geworden. Gratisschulhefte, Gratispostkarten, bunte Plakate und Poster werden gerne genutzt – auch um sich über Werbetreibende und Marken zu informieren. Dabei ist der Schüler aber durchaus kritisch. Er weiß, welche Produkte für ihn in Frage kommen und vor allem was ,in‘ und gefragt ist.

Anhang

Fragebogen „Werbung in Schulen“

1. Geschlecht
 weiblich männlich

2. Alter:

3. Wie viel Geld gibst du ungefähr im Monat für dich und andere aus inklusive dem Geld, was du vielleicht geschenkt bekommst oder dir noch dazu verdienst?
 €1-5 €5-10 €10-20 €20-50 mehr als €50
 weiß ich nicht keine Angabe

4. Wofür gibst du am meisten Geld in deiner Freizeit aus?
 Essen & Trinken Zeitschriften/Bücher Spiele Musik
 Eintrittskarten für Kino/Konzerte/Veranstaltungen etc. Urlaub
 Klamotten Handy und Internet anderes

5. Hast du ein Handy?
 Ja Nein keine Angabe

6. Gefällt dir ganz allgemein Werbung oder stört sie dich?
 gefällt mir sehr gut gefällt mir gut geht so stört mich

7. Welche Werbung findest du gut, welche nicht so gut? Bewerte bitte die folgenden Medien nach Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (schlecht)!

- TV-Spots: _____
- Online-Werbung: _____
- Anzeigen in Zeitungen: _____
- Gratispostkarten in Schulen: _____
- Schülerzeitung: _____
- Poster in Schulen: _____
- Schulhefte: _____
- Bodenwerbung: _____

8. Wie sollte Werbung deiner Meinung nach sein? (Mehrfachnennungen möglich)

- cool lustig bunt mit guter Musik ehrlich
 auffällig spannend witzig

9. Wie findest du die Idee der Werbung an Schulen, wie die Schülerzeitung, Schulhefte, Postkarten oder Plakate?

- sehr gut gut geht so schlecht

10. An deiner Schule gibt es auch eine Schülerzeitung. Wie viele Personen lesen die von dir gekaufte Schülerzeitung noch ?

- keiner 1-2 Personen 3-5 Personen mehr als 5 Personen

11. Ihr bekommt an euer Schule auch Gratisschulhefte. Wie viele Personen bekommen dein Schulheft noch zu Gesicht?

- keiner 1-2 Personen 3-5 Personen mehr als 5 Personen

12. Wie findest du die busybooks / collegebooks im Vergleich zu normalen Schulheften?

- viel besser
 besser
 gleich gut
 schlechter
 mir egal

13. Interessierst du dich schon heute für eine Automarke, die du mal fahren willst?

- Ja
 Nein

14. Kannst du mitbestimmen, was für ein Auto bei deinen Eltern angeschafft wird?

- Ja
 Nein

15. Würdest du dich für einen in der Schule gut beworbenen Film, Stift, eine Eissorte oder einen Sportschuh interessieren?

- Ja, auf jeden Fall
 kommt auf die Marke an
 vielleicht
 ich glaube nicht

16. Zur Zeit läuft an deiner Schule eine Kampagne von der Firma FUJI. Bewerte bitte die Kampagne und das Motiv nach Schulnoten von 1 bis 5, wobei 1 ‚sehr gut‘ bedeutet und 5 ‚schlecht‘!

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

17. Ist deine Schule durch die Poster, Gratispostkarten und die Schülerzeitung interessanter, schöner und ‚lebensnäher‘ geworden?

- Ja, auf jeden Fall
 eigentlich unverändert
 finde ich nicht

18. Würde dich ein Werbeplakat in der Schule in deiner Sprache mehr ansprechen als in der Fußgängerzone?

- Ja, bestimmt
 spricht mich genauso an
 nein

19. Sind Unternehmen, die in der Schule werben, innovativer und moderner als andere Unternehmen?

Ja kann man so pauschal nicht sagen nein, dass muss nicht sein

20. Für welche Produkte oder Firmen interessierst du dich ganz allgemein?

Vielen Dank für deine Auskunftsbereitschaft!!!



Kontakt:

w&p marketing GmbH
Heimhuder Straße 52
20148 Hamburg