

Zielgruppenbeschreibung

Stilgruppe	Action-Typ (16% d. Zielgruppe)	Fan-Typ (9% der Zielgruppe)	Kontra-Typ (6% d. Zielgruppe)	Fashion-Typ (28% der Zielgruppe)
Freizeitinteressen	Disco, Kneipe	Disco, Kneipe, Sportveranstaltung	Autofahren „Time-Killing“	Disco, Kneipe, Restaurants
Musikinteressen	Rock, Pop, Rap, Hip-hop	Rap, Hip-hop Deutschrock	Rock, Punk, Heavy Metal	Dance-Floor, Jazz, Klassik
Filminteressen	Action-Film	Action-Film	Politik (z.T. sozial- krit. Sendungen)	Politik (z.T. sozial- krit. Sendungen)
Gruppenaffinität	Disco-Fans, Punks, Rocker	Disco-Fans, Fußball-Fans	Punks, Rocker, Autonome	Modekultur
Fahrleistung km/Jahr	12.000	15.000	20.000	11.000
Alkohol mehrmals/Woche Trinkmenge	48% 2.-höchste Menge	36% 3.-höchste Menge	50% höchste Menge	28% geringste Menge
psychologischer Missbrauch d. PKW ¹	3.-höchste Wert	höchster Wert	2.-höchster Wert	geringer Wert
Geschlecht männlich weiblich	72% 28%	83% 17%	68% 32%	41% 59%
Bildung Hauptschule Realschule Gymnasium	57% 21% 22%	52% 24% 24%	55% 16% 30%	38% 35% 27%
betont maskuliner Beruf ²	29%	41%	32%	0%

¹)Imponiergehabe, Spannungssuche, Selbsttestung, Dampf-Ablassen etc.

²)Bau- und Metallgewerbe (Maurer, Dachdecker, Kfz-Mechaniker etc.

(Schulze et al. 1994, S.5 aus Personale Kommunikation in Berufsbildenden Schulen, Berichte der BAST (Mensch und Sicherheit M144) Bergisch-Galdbach, 1997)