

Michael Geffken: Soap im Handy

Beitrag aus Heft »2006/04: Jugend und Medien«

Medien sind duale Güter: Medienunternehmen verkaufen nicht nur Inhalte an ihre Nutzerinnen und Nutzer, sondern auch Werbeplatz an ihre Werbekunden. Durch die Veränderungen des Medienverhaltens von Kindern und Jugendlichen geraten Verlage und Sender unter Druck – je weniger junge Leute sie erreichen, desto spärlicher fließen die Werbeeinnahmen.

Die Medien suchen nach neuen Wegen, junge Zielgruppen für ihre Inhalte zu begeistern. Marketing und Werbung schichten derweil ihre Ausgaben um: weniger Anzeigen und TV-Spots, mehr Events und mehr Internet-Aktivitäten.

(merz 2006/04, S. 39-43)