

DIE ADAPTIV-PRAGMATISCHE MITTE

Infos



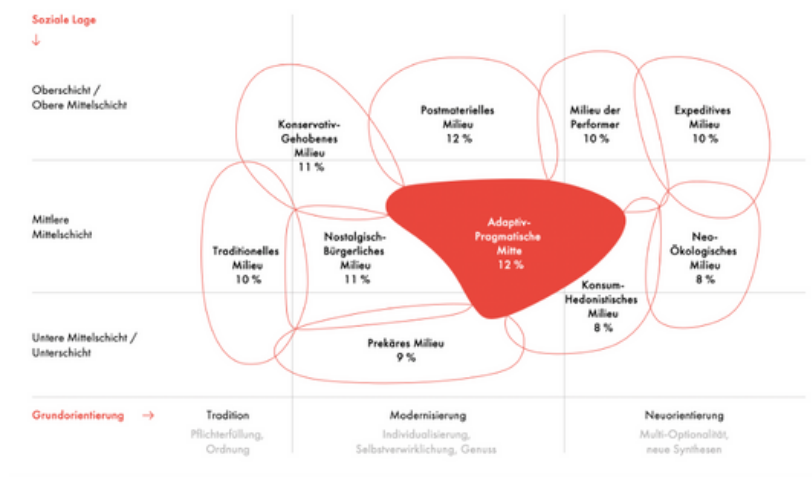
DER
MODERNE
MAIN-
STREAM

12%

DER
DEUTSCHEN

Allgemeine Beschreibung:

Anpassungs- und Leistungsbereitschaft, Nützlichkeitsdenken, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung; starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit; wachsende Unzufriedenheit und Verunsicherung aufgrund der gesellschaftlichen Entwicklung; Selbstbild als flexible Pragmatiker.



DIE ADAPTIV- PRAGMATISCHE MITTE

Infos

LEITMOTIV:
„GUT
GEPLANTE
SCHRITTE
STATT
GROSSE
SPRÜNGE.“

Paradigmatische Fragen

- Wie komme ich zurecht und erreiche meine Ziele?
- Braucht es einen Plan B?
- Was wird von mir erwartet?
- Was ist brauchbar für mich?
- Was hat sich bewährt?

Milieuspezifische Merkmale

- Anpassungs- und Leistungsbereitschaft, Nützlichkeitsdenken, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung
- Starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit
- Wachsende Unzufriedenheit und Verunsicherung aufgrund der gesellschaftlichen Entwicklung
- Selbstbild als flexible Pragmatiker

Zusätzliche Hinweise zu Produktions- und Kommunikationskriterien für ADAs:

1. Vielfalt und Moderne der Inhalte: ADAs mögen eine breite Palette von Inhalten, die verschiedene Interessen und Vorlieben ansprechen. Sie schätzen Abwechslung und Vielfalt in ihren Unterhaltungsangeboten und folgen gerne aktuellen Trends.
2. Pragmatische Relevanz: Der Inhalt des Formats soll einen praktischen Nutzen oder einen klaren Mehrwert für Ihre Zielgruppe bieten, es kann z.B. dabei helfen, Probleme zu lösen, Informationen zu finden oder sich besser zu orientieren und zugehörig zu fühlen.
3. Interaktive Elemente: ADAs mögen interaktive, inhaltliche Elemente, die das Engagement erhöhen (z.B. Quizfragen, Umfragen, Abstimmungen oder interaktive Storytelling-Elemente)
4. Authentizität: ADAs möchten authentische und ehrliche Kommunikation auf Augenhöhe und reagieren positiv auf Inhalte, die ihnen das Gefühl geben, ernst genommen zu werden.
5. Klare Kommunikation: Die Kommunikation muss klar und verständlich sein, unnötige Komplexität oder Fachjargon sollten vermieden werden. Die Inhalte sollten leicht zugänglich und einfach zu verstehen sein, aber auch nicht "platt".
6. Multikanal-Präsenz: ADAs konsumieren Inhalte oft auf verschiedenen Plattformen und in verschiedenen Formaten, daher ist es wichtig, eine vielfältige Präsenz zu haben und diese auch plattformgerecht aufzubereiten.