

## Det Moderne-individorienterede segment

### De dynamiske unge Sin egen lykkes smed Pionerer

I det Moderne-individorienterede segment finder man de unge, der er med fremme og oppe på beatet. De er dynamiske og karrierelystne og villige til at yde den indsats, der skal til for at nå højt op på karrierestigen. Det er ikke nødvendigvis en kort eller lang akademisk uddannelse, der har banet vejen for deres succes eller den overrepræsentation af højere indkomster, som er til stede i det Moderne-individorienterede segment.

Personerne i dette segment udgøres hovedsageligt af unge i alderen 20-39 med en klar overrepræsentation af mænd. Mange har endnu ikke stiftet familie og er stadig hyppige brugere af aktiviteter uden for hjemmet. De er synlige i det pulserende gadebillede på cafeer, restauranter, diskoteker og biografteatre. Deres udseende og ydre fremtoning står ligeledes højt på dagsordenen, når de skal gebærde sig i deres fremadstormende tilværelse, og derfor sværger de til sport samtidig med, at de også er hyppigere brugere af solarier. Knaphed på tid karakteriserer det moderne-individorienterede segment, hvorfor der ofte står færdigretter på menuen, hvis de da ikke har købt deres mad ude. Selvom deres hverdag ofte er præget af travlhed og knaphed på tid, tager de sig også tid til deres venner og familie, og når der skal holdes ferie er det storbyferie, sportsferie, skiferie eller en forlænget weekend i udlandet, som står øverst på ønskelisten.

Personerne i det moderne-individorienterede segment er deres egen lykkes smed og vil gerne klare skærene selv uden indblanding fra offentlig side, hvilket ligeledes afspejles i deres stærke politiske tilknytningsforhold til Venstre og Konservative. De synes, at det er for let at få penge fra det offentlige, de sætter frihed til at vælge i højsædet og ønsker, at Danmark skal fokusere på sine egne problemer, før man yder økonomisk støtte til andre lande.

De moderne-individorienterede er stærkt interesseret i erhvervsforhold, hvilket naturligvis også afspejles i deres medievalg, idet printmedier såsom Jyllands-Posten, Dagbladet Børsen, Børsens Nyhedsmagasin, Erhvervsbladet og Penge & Privatøkonomi er hyppigt foretrukne medier. Derudover rangerer M!, Golf Magasinet, Tipsbladet, og diverse Bilmagasiner også højt på deres læsepræferenceliste.

Ny teknologi, IT, biler, stereoanlæg/Hi-fi og det moderne-individorienterede segment er størrelser, som går hånd i hånd. De moderne-individorienterede er hyppige brugere af PC'ere og internet såvel på arbejdspladsen som i hjemmet, og deres tilstedeværelse på internettet bruges på at deltage i konkurrencer og klikke på bannerreklamer, og ikke mindst på nyheds- og informations-søgning. Søgning efter finans- og erhvervs-information, anvendelse af PC-/net-banking, samt gennemførelse af aktie- og obligations-handler via internettet synes ligeledes ofte at berettige deres tilstedeværelse på internettet.