

BERICHTSBAND



DER SPIEGEL

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

EGMONT
Ehapa Media

G+J

PANINI

Kinder Medien Monitor 2020 – ausgewiesene Magazine



BARBIE



GEOLINO MINI



BOB DER BAUMEISTER



JUST KICK-IT!



DEIN SPIEGEL



MÄDCHEN



DISNEY CARS



MICKY MAUS - MAGAZIN



DISNEY DIE EISKÖNIGIN



MIRACULOUS



DISNEY LUSTIGES TASCHENBUCH



PAW PATROL



DISNEY PRINZESSIN



PEPPA PIG



DONALD DUCK SONDERHEFT



POKÉMON



FEUERWEHRMANN SAM



POPCORN



GALILEO GENIAL



WENDY



GEOLINO



WINNIE PUUH



GEOLINO EXTRA



ZEIT LEO

Kinder Medien Monitor 2020

Kinder sind echte Medientypen!

Vorwort

Mädchen und Jungen zwischen vier und 13 Jahren mögen es klassisch. Sie schätzen Zeitschriften und nutzen mindestens mehrmals pro Woche das laufende Fernseh- und Radioprogramm. Das ist ein Ergebnis des KINDER MEDIEN MONITOR 2020. Mit dieser neuen Markt-Media-Studie setzen die Verlage Egmont Ehapa Media GmbH, Gruner + Jahr GmbH, Panini Verlags GmbH, SPIEGEL-Verlag und ZEIT Verlag ihr Engagement für die Erforschung der Mediennutzung von Kindern fort – über alle Kanäle hinweg.

Die Untersuchung repräsentiert 7,38 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von vier bis 13 Jahren und stellt umfassendes, planungsrelevantes Datenmaterial bereit, dessen Fokus auf dem Medienkonsum der Kinder liegt. Darüber hinaus bietet der KINDER MEDIEN MONITOR 2020 Einblicke in das Kommunikationsverhalten und Markenbewusstsein der Kinder und beleuchtet die Medienakzeptanz der Eltern.

Wie gehen Kinder im Jahr 2020 mit Medien um? Das Angebot an Medien und Zugängen ist riesig – Wie nutzen Kinder diese Vielfalt? Wie kommunizieren sie? Welchen Stellenwert haben analoge und digitale Angebote im Medienkosmos? Der KINDER MEDIEN MONITOR 2020 beinhaltet eine eigene Mediennutzungs-Typologie, die es ermöglicht, diesen Fragen tief auf den Grund zu gehen. Die Multis, die Klassischen, die Zurückhaltenden und die Streamer – über das Mediennutzungs- und Kommunikationsverhalten der Kinder ermittelt die Typologie vier Mediennutzungstypen mit speziellen Ausprägungen. Damit liefert sie wertvolle Erkenntnisse, die helfen, sich ein klares Bild von den verschiedenen Kinder-Zielgruppen zu machen, sie besser zu verstehen und die Markenkommunikation entlang der Typenprofile auszurichten.

Als objektive Reichweitenstudie mit Fokus auf Kinderkaufzeitschriften stellt der KINDER MEDIEN MONITOR 2020 eine wichtige Grundlage für die strategische Planung des Media-Mixes im Kinder-Marketing dar. Ausgewiesen werden 24 Magazine für die Sechs- bis 13-Jährigen und 18 Magazine für die vier- bis fünfjährigen Vorschulkinder. 2.007 Doppel-Interviews von zufällig ausgewählten Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren und jeweils einem Erziehungsberechtigten liefern repräsentative Daten für 5,87 Millionen deutschsprachige Kinder dieser Altersgruppe. Ergänzt werden diese Daten durch weitere Informationen des Haupterziehers zum befragten Kind. Darüber hinaus geben 504 Interviews mit dem Haupterzieher (meist die Mutter) von Vorschulkindern im Alter von vier und fünf Jahren einen repräsentativen Einblick in die Kindermediennutzung von 1,51 Millionen deutschsprachigen Kindern dieser Altersgruppe.

Alle Studienergebnisse wurden in tabellarischer Form aufbereitet. Die Trennung der Daten erfolgt dabei nach Altersgruppen und Geschlecht. Abgerundet wird der Ergebnisbericht zum KINDER MEDIEN MONITOR 2020 durch methodische Erläuterungen zur Studie und die Codepläne der Kinder- und Elternfragebögen.

Inhaltsverzeichnis

Print-Medialeistungen bei 4- bis 13-Jährigen

Medialeistungen	Seite	5
Reichweiten	Seite	8
Rangreihen	Seite	14
Mitlesende Erziehungsberechtigte	Seite	29

Ergebnisse der 6- bis 13-Jährigen

Medien	Seite	32
Markenwünsche	Seite	33
Freizeit	Seite	36
	Seite	38

Ergebnisse der 4- bis 5-Jährigen

Medien	Seite	47
Markenwünsche	Seite	48
Freizeit	Seite	50
	Seite	51

Anhang

Soziodemografie	Seite	58
Methodenbericht	Seite	59
Codepläne	Seite	68
Impressum	Seite	81
	Seite	111

Medialeistungen

Reichweiten 6 bis 13 Jahre	Seite	8
Reichweiten 4 bis 13 Jahre	Seite	10
Reichweiten 4 bis 5 Jahre	Seite	12
Rangreihen 6 bis 13 Jahre	Seite	14
Rangreihen 4 bis 13 Jahre	Seite	23
Rangreihen 4 bis 5 Jahre	Seite	26
Mitlesende Erziehungsberechtigte	Seite	29

Bei den Rangreihen gilt es, folgende Aspekte zu beachten: Für die 6- bis 13-Jährigen werden 24 Magazintitel dargestellt. Bei den 4- bis 5-Jährigen sind es 18 Magazintitel, hier wurden die Erziehungsberechtigten befragt. Damit können für 18 Titel die Gesamtreichweiten für 4- bis 13-Jährige ausgewiesen werden. Diese speisen sich folglich aus zwei Informationsquellen (4-5 Jahre: Erziehungsberechtigte und 6-13 Jahre: Kinder).

Die Ermittlung der Reichweite eines Titels erfolgte über die Abfrage der letzten 12 genutzten Ausgaben per Titelidentifikationsmodell (TIM). Magazine, die seltener als monatlich erschienen, wurden mit weniger Ausgaben erhoben. Somit müssen sich die Befragten nicht an die Nutzung von Magazinen erinnern, die länger als ein Jahr zurückliegt.

Folgende Titel wurden mit weniger als 12 Ausgaben erhoben:

Magazine	Anzahl erhobener Ausgaben
Barbie	10
Disney Winnie Puuh	10
Galileo Genial	10
GEOLino Extra	6
Miraculous	6
ZEIT leo	8

Die im KiMMo erhobenen Titel erzielen eine beachtliche Media-Leistung. Von diesen Titeln werden die 24 Titel der Herausgeberverlage ausgewiesen. Insgesamt erreichen die ausgewiesenen Titel 61% der 6- bis 13-Jährigen und 54% der 4- bis 5-Jährigen (Nettoreichweite).

Die Nettoreichweite der für die Zielgruppe der 6- bis 13-Jährigen ausgewiesenen Titel beträgt bei:

Jungen	58,8%
Mädchen	62,9%
6 bis 9 Jahre	57,0%
10 bis 13 Jahre	64,5%

Die nachfolgenden Tabellen zeigen die Leistungsdaten aller KiMMo-Titel: Reichweite in Prozent und Hochrechnung in Tausend. Zusätzlich werden Rangreihen nach Alter und Geschlecht dargestellt. Sortierkriterium ist hierbei jeweils die Reichweite.

Als wichtige Zusatzinformationen für die Mediaplanung werden neben Reichweite und Hochrechnung die Kriterien Affinität und Tausender-Kontakt-Preis aufgeführt.

Die Magazine für Kinder werden nicht nur von der Zielgruppe gelesen, sondern auch von den Erziehungsberechtigten. Daher wurde in dem KiMMo zusätzlich bei den Erziehungsberechtigten erfragt, ob ein Erziehungsberechtigter mitliest. Insgesamt gaben über 83% Erziehungsberechtigte der 4- bis 5-Jährigen an, mindestens einen Titel der ausgewiesenen Magazine gelegentlich mitzunutzen (Vorlesen, selber lesen), bei den Erziehungsberechtigten der 6- bis 13-Jährigen waren es noch über 73%.

Eine Übersicht der 24 untersuchten und ausgewiesenen Titel finden Sie im Methodenbericht auf Seite 72.

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre		Gesamt	Geschlecht		Alter	
			Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis		1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.		5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
K1-Werte						
Barbie	mo	4,9	0,2	9,8	7,5	2,2
Bob der Baumeister	mo	2,7	4,8	0,4	4,4	1,0
Dein Spiegel	mo	5,1	5,0	5,3	1,7	8,6
Disney Cars	mo	2,6	4,6	0,6	4,2	1,1
Disney Die Eiskönigin	mo	3,9	0,2	7,9	6,1	1,8
Disney Lustiges Taschenbuch	4-wö	8,4	11,3	5,3	5,4	11,3
Disney Prinzessin	mo	3,8	0,1	7,8	6,4	1,3
Donald Duck Sonderheft	mo	5,7	8,1	3,1	5,6	5,8
Feuerwehrmann Sam	mo	2,2	4,1	0,2	3,8	0,7
Galileo Genial	mo	3,8	5,5	2,1	3,1	4,6
GEOlino	4-wö	8,3	8,4	8,1	6,2	10,3
GEOlino Extra	2-mo	5,8	5,9	5,8	3,8	7,8
GEOlino mini (abgefragt als GEOMini)	4-wö	4,5	3,6	5,4	4,8	4,1
Just Kick-it!	mo	9,3	17,2	0,8	5,7	12,7
Mädchen	mo	6,5	0,1	13,2	1,5	11,4
Micky Maus - Magazin	2-wö	6,9	10,3	3,2	8,3	5,5
Miraculous	2-mo	1,8	1,3	2,4	2,7	0,9
Paw Patrol	mo	1,4	1,9	0,9	2,4	0,4
Peppa Pig	2-mo	0,9	0,2	1,5	1,6	0,2
Pokémon	mo	2,7	4,0	1,3	3,0	2,4
Popcorn	mo	6,1	1,5	11,0	1,4	10,8
Wendy	3-wö	7,5	0,2	15,2	8,3	6,7
Winnie Puuh	mo	1,3	0,8	1,8	2,2	0,3
ZEIT leo	8 mal jährlich	4,1	2,8	5,6	1,2	7,0

Lesebeispiel

Eine Ausgabe des Titels „Galileo Genial“ lesen im Durchschnitt 3,8% aller 6- bis 13-Jährigen.

Reichweiten in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre		Gesamt	Geschlecht		Alter	
			Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis		1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.		5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
K1-Werte						
Barbie	mo	285	6	279	220	64
Bob der Baumeister	mo	156	145	12	128	28
Dein Spiegel	mo	302	151	150	49	253
Disney Cars	mo	155	138	17	122	34
Disney Die Eiskönigin	mo	231	5	225	177	53
Disney Lustiges Taschenbuch	4-wö	494	343	151	159	334
Disney Prinzessin	mo	226	3	223	188	38
Donald Duck Sonderheft	mo	334	244	90	163	171
Feuerwehrmann Sam	mo	131	124	7	111	20
Galileo Genial	mo	224	165	59	90	134
GEOlino	4-wö	486	254	232	182	304
GEOlino Extra	2-mo	343	177	165	112	231
GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	4-wö	262	108	154	140	121
Just Kick-it!	mo	543	520	23	168	376
Mädchen	mo	379	3	376	43	336
Micky Maus - Magazin	2-wö	405	312	93	242	163
Miraculous	2-mo	106	38	67	79	27
Paw Patrol	mo	83	57	25	71	12
Peppa Pig	2-mo	50	7	43	46	4
Pokémon	mo	157	120	37	87	70
Popcorn	mo	358	44	314	40	318
Wendy	3-wö	442	7	435	244	198
Winnie Puuh	mo	74	24	50	65	9
ZEIT leo	8 mal jährlich	242	83	159	34	208

Lesebeispiel

Eine Ausgabe des Titels „Galileo Genial“ lesen im Durchschnitt 224 Tsd. 6- bis 13-Jährige.

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 13 Jahre*	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	2.511	1.291	1.220
in Tsd.	7.379	3.793	3.586
in %	100,0	100,0	100,0
K1-Werte			
Barbie	5,2	0,2	10,5
Bob der Baumeister	4,1	7,4	0,6
Disney Cars	3,0	5,2	0,7
Disney Die Eiskönigin	3,9	0,2	7,9
Disney Lustiges Taschenbuch	7,0	9,6	4,3
Disney Prinzessin	4,2	0,1	8,5
Donald Duck Sonderheft	5,0	7,0	2,8
Feuerwehrmann Sam	3,9	7,2	0,4
Galileo Genial	3,2	4,7	1,7
GEOLino mini (abgefragt als GEOmini)	4,9	4,2	5,6
Just Kick-it!	7,5	13,9	0,7
Micky Maus - Magazin	6,2	9,1	3,1
Miraculous	1,7	1,3	2,0
Paw Patrol	2,2	3,2	1,2
Peppa Pig	2,3	0,7	4,0
Pokémon	3,0	4,4	1,6
Wendy	7,0	0,3	14,1
Winnie Puuh	3,0	2,6	3,4

* Es werden 18 Titel bei der Zielgruppe 4 bis 13 Jahre ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt, bei den 6- bis 13-Jährigen die Kinder.

Lesebeispiel
Eine Ausgabe des Titels „Barbie“ lesen im Durchschnitt
5,2% aller 4- bis 13-Jährigen.

Reichweiten in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 13 Jahre*	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	2.511	1.291	1.220
in Tsd.	7.379	3.793	3.586
K1-Werte			
Barbie	385	7	377
Bob der Baumeister	304	282	21
Disney Cars	222	196	26
Disney Die Eiskönigin	291	8	282
Disney Lustiges Taschenbuch	518	363	156
Disney Prinzessin	311	5	306
Donald Duck Sonderheft	365	265	101
Feuerwehrmann Sam	287	273	14
Galileo Genial	237	177	60
GEOlino mini (abgefragt als GEomini)	360	158	201
Just Kick-it!	554	528	26
Micky Maus - Magazin	455	345	110
Miraculous	122	50	72
Paw Patrol	162	120	42
Peppa Pig	167	26	142
Pokémon	224	168	56
Wendy	517	10	506
Winnie Puuh	221	98	122

* Es werden 18 Titel bei der Zielgruppe 4 bis 13 Jahre ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt, bei den 6- bis 13-Jährigen die Kinder.

Lesebeispiel
Eine Ausgabe des Titels „Barbie“ lesen im Durchschnitt
385 Tsd. 4- bis 13-Jährige.

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre*	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
K1-Werte			
Barbie	6,6	0,2	13,4
Bob der Baumeister	9,8	17,8	1,3
Disney Cars	4,4	7,4	1,2
Disney Die Eiskönigin	4,0	0,4	7,8
Disney Lustiges Taschenbuch	1,6	2,6	0,6
Disney Prinzessin	5,7	0,4	11,3
Donald Duck Sonderheft	2,1	2,6	1,5
Feuerwehrmann Sam	10,3	19,2	1,0
Galileo Genial	0,9	1,6	0,1
GEOLino mini (abgefragt als GEOmini)	6,5	6,5	6,5
Just Kick-it!	0,7	1,0	0,3
Micky Maus - Magazin	3,3	4,2	2,3
Miraculous	1,1	1,5	0,6
Paw Patrol	5,3	8,1	2,3
Peppa Pig	7,8	2,4	13,5
Pokémon	4,5	6,2	2,7
Wendy	5,0	0,5	9,7
Winnie Puuh	9,7	9,6	9,9

* Es werden 18 Titel bei der Zielgruppe 4 bis 5 Jahre ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt.

Lesebeispiel

Eine Ausgabe des Titels „Bob der Baumeister“ lesen im Durchschnitt 9,8% aller 4- bis 5-Jährigen.

Reichweiten in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre*	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
K1-Werte			
Barbie	100	2	98
Bob der Baumeister	147	138	10
Disney Cars	66	57	9
Disney Die Eiskönigin	60	3	57
Disney Lustiges Taschenbuch	25	20	5
Disney Prinzessin	86	3	83
Donald Duck Sonderheft	31	20	11
Feuerwehrmann Sam	156	149	7
Galileo Genial	13	12	1
GEOlino mini (abgefragt als GEomini)	98	50	48
Just Kick-it!	10	8	2
Micky Maus - Magazin	50	33	17
Miraculous	16	12	5
Paw Patrol	80	63	17
Peppa Pig	117	18	99
Pokémon	67	48	19
Wendy	75	4	71
Winnie Puuh	147	74	72

* Es werden 18 Titel bei der Zielgruppe 4 bis 5 Jahre ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt.

Lesebeispiel

Eine Ausgabe des Titels „Bob der Baumeister“ lesen im Durchschnitt 147 Tsd. 4- bis 5-Jährige.

Rangreihe Gesamt 6- bis 13-Jährige

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	
Fallzahlen-Basis: 1.998 in Tsd.: 5.873				
K1-Werte**				
1 Just Kick-it!	9,3	543	11,96	
2 Disney Lustiges Taschenbuch	8,4	494	26,13	
3 GEOlino	8,3	486	37,68	
4 Wendy	7,5	442	16,98	
5 Micky Maus - Magazin	6,9	405	39,26	
6 Mädchen	6,5	379	34,02	
7 Popcorn	6,1	358	27,65	
8 GEOlino Extra	5,8	343	28,32	
9 Donald Duck Sonderheft	5,7	334	15,57	
10 Dein Spiegel	5,1	302	32,80	
11 Barbie	4,9	285	20,71	
12 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	4,5	262	28,67	
13 ZEIT leo	4,1	242	34,67	
14 Disney Die Eiskönigin	3,9	231	32,51	
15 Disney Prinzessin	3,8	226	26,16	
16 Galileo Genial	3,8	224	30,80	
17 Pokémon	2,7	157	41,48	
18 Bob der Baumeister	2,7	156	41,56	
19 Disney Cars	2,6	155	44,45	
20 Feuerwehrmann Sam	2,2	131	49,68	
21 Miraculous	1,8	106	61,58	
22 Paw Patrol	1,4	83	78,77	
23 Winnie Puuh	1,3	74	79,39	
24 Peppa Pig	0,9	50	107,25	

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

Lesebeispiel

Das „Just Kick-it!“ erzielt bei den 6- bis 13-Jährigen eine Reichweite von 9,3%.

Rangreihen nach Geschlecht (weiblich)

Zielgruppe: Mädchen 6 bis 13 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 971 in Tsd.: 2.854				
K1-Werte**				
1 Wendy	15,2	435	17,24	203
2 Mädchen	13,2	376	34,32	204
3 Popcorn	11,0	314	31,51	181
4 Barbie	9,8	279	21,12	202
5 GEOlino	8,1	232	78,88	98
6 Disney Die Eiskönigin	7,9	225	33,28	201
7 Disney Prinzessin	7,8	223	26,46	203
8 GEOlino Extra	5,8	165	58,65	99
9 ZEIT leo	5,6	159	52,81	135
10 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	5,4	154	48,85	121
11 Disney Lustiges Taschenbuch	5,3	151	85,41	63
12 Dein Spiegel	5,3	150	65,82	103
13 Micky Maus - Magazin	3,2	93	171,77	47
14 Donald Duck Sonderheft	3,1	90	57,90	55
15 Miraculous	2,4	67	96,55	131
16 Galileo Genial	2,1	59	116,03	55
17 Winnie Puuh	1,8	50	118,13	138
18 Peppa Pig	1,5	43	125,49	176
19 Pokémon	1,3	37	176,83	48
20 Paw Patrol	0,9	25	257,01	63
21 Just Kick-it!	0,8	23	279,12	9
22 Disney Cars	0,6	17	410,32	22
23 Bob der Baumeister	0,4	12	552,68	15
24 Feuerwehrmann Sam	0,2	7	998,66	10

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Wendy“ erzielt bei Mädchen im Alter von 6 bis 13 Jahren eine Reichweite von 15,2%.

Rangreihen nach Geschlecht (männlich)

Zielgruppe: Jungen 6 bis 13 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 1.027 in Tsd.: 3.019				
K1-Werte**				
1 Just Kick-it!	17,2	520	12,50	186
2 Disney Lustiges Taschenbuch	11,3	343	37,66	135
3 Micky Maus - Magazin	10,3	312	50,90	150
4 GEOlino	8,4	254	72,16	102
5 Donald Duck Sonderheft	8,1	244	21,29	142
6 GEOlino Extra	5,9	177	54,77	101
7 Galileo Genial	5,5	165	41,92	143
8 Dein Spiegel	5,0	151	65,39	98
9 Bob der Baumeister	4,8	145	44,94	180
10 Disney Cars	4,6	138	49,85	173
11 Feuerwehrmann Sam	4,1	124	52,28	185
12 Pokémon	4,0	120	54,19	149
13 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	3,6	108	69,41	80
14 ZEIT leo	2,8	83	100,96	67
15 Paw Patrol	1,9	57	113,58	135
16 Popcorn	1,5	44	225,89	24
17 Miraculous	1,3	38	169,99	70
18 Winnie Puuh	0,8	24	242,06	64
19 Peppa Pig	0,2	7	737,90	28
20 Wendy	0,2	7	1.141,48	3
21 Barbie	0,2	6	1.069,10	4
22 Disney Die Eiskönigin	0,2	5	1.400,38	5
23 Mädchen	0,1	3	3.813,98	2
24 Disney Prinzessin	0,1	3	2.307,76	2

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Just Kick-it!“ erzielt bei Jungen im Alter von 6 bis 13 Jahren eine Reichweite von 17,2%.

Rangreihen nach Altersklassen (6-9 Jahre)

Zielgruppe: Gesamt 6 bis 9 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 994 in Tsd.: 2.922				
K1-Werte**				
1 Wendy	8,3	244	30,76	111
2 Micky Maus - Magazin	8,3	242	65,67	120
3 Barbie	7,5	220	26,76	156
4 Disney Prinzessin	6,4	188	31,41	167
5 GEOlino	6,2	182	100,63	75
6 Disney Die Eiskönigin	6,1	177	42,28	155
7 Just Kick-it!	5,7	168	38,71	62
8 Donald Duck Sonderheft	5,6	163	31,86	98
9 Disney Lustiges Taschenbuch	5,4	159	81,06	65
10 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	4,8	140	53,39	108
11 Bob der Baumeister	4,4	128	50,73	165
12 Disney Cars	4,2	122	56,78	157
13 GEOlino Extra	3,8	112	86,91	65
14 Feuerwehrmann Sam	3,8	111	58,77	170
15 Galileo Genial	3,1	90	76,99	80
16 Pokémon	3,0	87	74,90	111
17 Miraculous	2,7	79	82,26	150
18 Paw Patrol	2,4	71	91,85	172
19 Winnie Puuh	2,2	65	90,97	175
20 Dein Spiegel	1,7	49	202,81	33
21 Peppa Pig	1,6	46	117,65	183
22 Mädchen	1,5	43	299,21	23
23 Popcorn	1,4	40	244,66	23
24 ZEIT leo	1,2	34	244,57	28

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Wendy“ erzielt bei den 6- bis 9-Jährigen eine Reichweite von 8,3%.

Rangreihen nach Geschlecht und Altersklassen (weiblich und 6-9 Jahre)

Zielgruppe: Mädchen 6 bis 9 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 484 in Tsd.: 1.421				
K1-Werte**				
1 Wendy	16,9	240	31,19	225
2 Barbie	15,4	219	26,90	318
3 Disney Prinzessin	13,0	185	31,85	339
4 Disney Die Eiskönigin	12,4	176	42,62	315
5 GEOlino	6,7	95	191,71	81
6 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	6,5	92	81,65	145
7 GEOlino Extra	4,2	60	160,73	73
8 Miraculous	3,7	52	123,94	205
9 Micky Maus - Magazin	3,6	51	311,09	52
10 Mädchen	3,0	43	300,90	47
11 Winnie Puuh	3,0	43	138,66	237
12 Donald Duck Sonderheft	3,0	42	123,69	52
13 Disney Lustiges Taschenbuch	3,0	42	306,87	35
14 Peppa Pig	2,9	42	129,06	343
15 Popcorn	2,7	38	260,22	44
16 ZEIT leo	1,9	27	310,52	46
17 Dein Spiegel	1,8	26	382,01	35
18 Pokémon	1,8	26	253,01	68
19 Galileo Genial	1,6	23	297,92	43
20 Paw Patrol	1,6	23	285,59	114
21 Bob der Baumeister	0,8	11	598,72	29
22 Disney Cars	0,6	9	770,77	24
23 Just Kick-it!	0,6	8	768,30	6
24 Feuerwehrmann Sam	0,4	6	1.080,97	19

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Wendy“ erzielt bei Mädchen im Alter von 6 bis 9 Jahren eine Reichweite von 16,9%.

Rangreihen nach Geschlecht und Altersklassen (männlich und 6-9 Jahre)

Zielgruppe: Jungen 6 bis 9 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 511 in Tsd.: 1.501				
K1-Werte**				
1 Micky Maus - Magazin	12,7	191	83,24	185
2 Just Kick-it!	10,6	159	40,76	115
3 Donald Duck Sonderheft	8,1	121	42,91	142
4 Bob der Baumeister	7,8	117	55,43	293
5 Disney Lustiges Taschenbuch	7,8	117	110,15	93
6 Disney Cars	7,5	113	61,30	284
7 Feuerwehrmann Sam	7,0	105	62,14	313
8 GEOlino	5,8	86	211,82	70
9 Galileo Genial	4,4	66	103,83	116
10 Pokémon	4,1	61	106,40	152
11 GEOlino Extra	3,4	51	189,21	59
12 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	3,2	49	154,24	73
13 Paw Patrol	3,2	48	135,41	228
14 Miraculous	1,8	27	244,60	98
15 Dein Spiegel	1,5	23	432,35	30
16 Winnie Puuh	1,5	22	264,45	117
17 ZEIT leo	0,5	7	1.151,41	12
18 Peppa Pig	0,3	4	1.330,12	32
19 Wendy	0,2	3	2.203,75	3
20 Disney Prinzessin	0,2	3	2.307,76	4
21 Popcorn	0,2	2	4.092,73	3
22 Disney Die Eiskönigin	0,1	1	5.240,83	2
23 Barbie	0,1	1	5.252,27	2
24 Mädchen	0,0	0	53.394,89	0

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Micky Maus - Magazin“ erzielt bei Jungen im Alter von 6 bis 9 Jahren eine Reichweite von 12,7%.

Rangreihen nach Altersklassen (10-13 Jahre)

Zielgruppe: Gesamt 10 bis 13 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 1.004 in Tsd.: 2.951				
K1-Werte**				
1 Just Kick-it!	12,7	376	17,31	138
2 Mädchen	11,4	336	38,38	176
3 Disney Lustiges Taschenbuch	11,3	334	38,57	135
4 Popcorn	10,8	318	31,17	177
5 GEOlino	10,3	304	60,24	125
6 Dein Spiegel	8,6	253	39,13	167
7 GEOlino Extra	7,8	231	42,01	134
8 ZEIT leo	7,0	208	40,40	171
9 Wendy	6,7	198	37,91	89
10 Donald Duck Sonderheft	5,8	171	30,44	102
11 Micky Maus - Magazin	5,5	163	97,65	80
12 Galileo Genial	4,6	134	51,33	119
13 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	4,1	121	61,93	92
14 Pokémon	2,4	70	92,96	89
15 Barbie	2,2	64	91,56	45
16 Disney Die Eiskönigin	1,8	53	140,68	46
17 Disney Prinzessin	1,3	38	156,40	33
18 Disney Cars	1,1	34	204,66	43
19 Bob der Baumeister	1,0	28	230,00	36
20 Miraculous	0,9	27	244,90	50
21 Feuerwehrmann Sam	0,7	20	321,34	31
22 Paw Patrol	0,4	12	552,96	28
23 Winnie Puuh	0,3	9	623,77	25
24 Peppa Pig	0,2	4	1.213,97	18

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Just Kick-it!“ erzielt bei den 10- bis 13-Jährigen eine Reichweite von 12,7%.

Rangreihen nach Geschlecht und Altersklassen (weiblich und 10-13 Jahre)

Zielgruppe: Mädchen 10 bis 13 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 488 in Tsd.: 1.433				
K1-Werte**				
1 Mädchen	23,2	333	38,74	360
2 Popcorn	19,3	276	35,85	316
3 Wendy	13,6	195	38,52	181
4 GEOLino	9,5	137	134,02	115
5 ZEIT leo	9,2	132	63,63	223
6 Dein Spiegel	8,7	124	79,52	169
7 Disney Lustiges Taschenbuch	7,6	109	118,35	91
8 GEOLino Extra	7,3	105	92,34	126
9 GEOLino mini (abgefragt als GEOmini)	4,3	62	121,61	97
10 Barbie	4,2	60	98,26	86
11 Disney Die Eiskönigin	3,4	49	151,86	88
12 Donald Duck Sonderheft	3,3	48	108,87	59
13 Micky Maus - Magazin	2,9	41	383,54	42
14 Disney Prinzessin	2,6	38	156,40	69
15 Galileo Genial	2,5	36	190,04	66
16 Miraculous	1,0	15	436,86	58
17 Just Kick-it!	1,0	15	438,38	11
18 Pokémon	0,8	11	587,32	29
19 Disney Cars	0,5	8	877,39	21
20 Winnie Puuh	0,5	7	797,90	41
21 Paw Patrol	0,2	3	2.568,39	13
22 Peppa Pig	0,1	1	4.537,99	10
23 Bob der Baumeister	0,1	1	7.187,96	2
24 Feuerwehrmann Sam	0,0	0	13.115,26	2

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Mädchen“ erzielt bei Mädchen im Alter von 10 bis 13 Jahren eine Reichweite von 23,2%.

Rangreihen nach Geschlecht und Altersklassen (männlich und 10-13 Jahre)

Zielgruppe: Jungen 10 bis 13 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 516 in Tsd.: 1.518				
K1-Werte**				
1 Just Kick-it!	23,8	361	18,02	257
2 Disney Lustiges Taschenbuch	14,9	225	57,21	177
3 GEOlino	11,0	167	109,44	133
4 Dein Spiegel	8,5	129	77,04	165
5 GEOlino Extra	8,3	126	77,08	142
6 Donald Duck Sonderheft	8,1	123	42,25	143
7 Micky Maus - Magazin	8,0	121	131,00	116
8 Galileo Genial	6,5	98	70,32	169
9 ZEIT leo	5,0	76	110,67	121
10 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	3,9	59	126,19	88
11 Pokémon	3,9	59	110,44	145
12 Popcorn	2,7	41	239,09	45
13 Bob der Baumeister	1,8	27	237,60	68
14 Disney Cars	1,7	26	266,93	64
15 Feuerwehrmann Sam	1,3	20	329,41	58
16 Miraculous	0,8	12	557,32	43
17 Paw Patrol	0,6	9	704,67	43
18 Barbie	0,3	4	1.342,33	6
19 Disney Die Eiskönigin	0,3	4	1.911,02	7
20 Peppa Pig	0,2	3	1.657,32	25
21 Wendy	0,2	3	2.368,06	3
22 Mädchen	0,2	3	4.107,37	3
23 Winnie Puuh	0,1	2	2.858,19	11
24 Disney Prinzessin	0,0	0	-	0

* Preise 2020: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Just Kick-it!“ erzielt bei Jungen im Alter von 10 bis 13 Jahren eine Reichweite von 23,8%.

Rangreihe Gesamt 4- bis 13-Jährige

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 13 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	
Fallzahlen-Basis: 2.511 in Tsd.: 7.379				
K1-Werte***				
1 Just Kick-it!	7,5	554	11,73	
2 Disney Lustiges Taschenbuch	7,0	518	24,89	
3 Wendy	7,0	517	14,52	
4 Micky Maus - Magazin	6,2	455	34,95	
5 Barbie	5,2	385	15,34	
6 Donald Duck Sonderheft	5,0	365	14,23	
7 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	4,9	360	20,86	
8 Disney Prinzessin	4,2	311	18,97	
9 Bob der Baumeister	4,1	304	21,39	
10 Disney Die Eiskönigin	3,9	291	25,81	
11 Feuerwehrmann Sam	3,9	287	22,68	
12 Galileo Genial	3,2	237	29,12	
13 Pokémon	3,0	224	29,02	
14 Disney Cars	3,0	222	31,15	
15 Winnie Puuh	3,0	221	26,72	
16 Peppa Pig	2,3	167	32,25	
17 Paw Patrol	2,2	162	40,02	
18 Miraculous	1,7	122	53,38	

* Es werden 18 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt, bei den 6- bis 13-Jährigen die Kinder.

** Preise 2020: 1/1 Seite 4c

*** Sortiert nach Reichweite

Lesebeispiel

Der Titel „Just Kick-it!“ erzielt bei den 4- bis 13-Jährigen eine Reichweite von 7,5%.

Rangreihen nach Geschlecht (weiblich)

Zielgruppe: Mädchen 4 bis 13 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 1.220 in Tsd.: 3.586				
K1-Werte***				
1 Wendy	14,1	506	14,81	202
2 Barbie	10,5	377	15,64	202
3 Disney Prinzessin	8,5	306	19,30	202
4 Disney Die Eiskönigin	7,9	282	26,55	200
5 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	5,6	201	37,28	115
6 Disney Lustiges Taschenbuch	4,3	156	82,87	62
7 Peppa Pig	4,0	142	38,07	174
8 Winnie Puuh	3,4	122	48,20	114
9 Micky Maus - Magazin	3,1	110	144,97	50
10 Donald Duck Sonderheft	2,8	101	51,66	57
11 Miraculous	2,0	72	90,26	122
12 Galileo Genial	1,7	60	114,47	52
13 Pokémon	1,6	56	115,57	52
14 Paw Patrol	1,2	42	154,21	53
15 Just Kick-it!	0,7	26	252,19	10
16 Disney Cars	0,7	26	269,04	24
17 Bob der Baumeister	0,6	21	304,52	14
18 Feuerwehrmann Sam	0,4	14	474,26	10

* Es werden 18 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt, bei den 6- bis 13-Jährigen die Kinder.

** Preise 2020: 1/1 Seite 4c

*** Sortiert nach Reichweite

**** Referenzgruppe 4 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Wendy“ erzielt bei Mädchen im Alter von 4 bis 13 Jahren eine Reichweite von 14,1%.

Rangreihen nach Geschlecht (männlich)

Zielgruppe: Jungen 4 bis 13 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 1.291 in Tsd.: 3.793				
K1-Werte***				
1 Just Kick-it!	13,9	528	12,31	185
2 Disney Lustiges Taschenbuch	9,6	363	35,58	136
3 Micky Maus - Magazin	9,1	345	46,05	148
4 Bob der Baumeister	7,4	282	23,01	181
5 Feuerwehrmann Sam	7,2	273	23,82	185
6 Donald Duck Sonderheft	7,0	265	19,64	141
7 Disney Cars	5,2	196	35,23	172
8 Galileo Genial	4,7	177	39,05	145
9 Pokémon	4,4	168	38,75	146
10 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	4,2	158	47,37	86
11 Paw Patrol	3,2	120	54,05	144
12 Winnie Puuh	2,6	98	59,95	87
13 Miraculous	1,3	50	130,62	79
14 Peppa Pig	0,7	26	211,05	30
15 Wendy	0,3	10	736,90	4
16 Disney Die Eiskönigin	0,2	8	916,36	5
17 Barbie	0,2	7	798,46	4
18 Disney Prinzessin	0,1	5	1.092,83	3

* Es werden 18 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt, bei den 6- bis 13-Jährigen die Kinder.

** Preise 2020: 1/1 Seite 4c

*** Sortiert nach Reichweite

**** Referenzgruppe 4 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Just Kick-it!“ erzielt bei Jungen im Alter von 4 bis 13 Jahren eine Reichweite von 13,9%.

Rangreihe Gesamt 4- bis 5-Jährige

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 513 in Tsd.: 1.506				
K1-Werte***				
1 Feuerwehrmann Sam	10,3	156	41,72	266
2 Bob der Baumeister	9,8	147	44,08	238
3 Winnie Puuh	9,7	147	40,27	325
4 Peppa Pig	7,8	117	46,13	343
5 Barbie	6,6	100	59,18	127
6 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	6,5	98	76,59	133
7 Disney Prinzessin	5,7	86	68,99	135
8 Paw Patrol	5,3	80	81,36	241
9 Wendy	5,0	75	100,04	71
10 Pokémon	4,5	67	96,60	147
11 Disney Cars	4,4	66	104,10	147
12 Disney Die Eiskönigin	4,0	60	125,15	101
13 Micky Maus - Magazin	3,3	50	318,07	54
14 Donald Duck Sonderheft	2,1	31	166,08	42
15 Disney Lustiges Taschenbuch	1,6	25	523,18	23
16 Miraculous	1,1	16	400,91	65
17 Galileo Genial	0,9	13	534,28	27
18 Just Kick-it!	0,7	10	621,07	9

* Es werden 18 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt.

** Preise 2020: 1/1 Seite 4c

*** Sortiert nach Reichweite

**** Referenzgruppe 4 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Feuerwehrmann Sam“ erzielt bei den 4- bis 5-Jährigen eine Reichweite von 10,3%.

Rangreihen nach Geschlecht (weiblich)

Zielgruppe: Mädchen 4 bis 5 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 249 in Tsd.: 732				
K1-Werte***				
1 Peppa Pig	13,5	99	54,65	595
2 Barbie	13,4	98	60,31	256
3 Disney Prinzessin	11,3	83	71,37	268
4 Winnie Puuh	9,9	72	81,42	331
5 Wendy	9,7	71	105,09	139
6 Disney Die Eiskönigin	7,8	57	131,35	198
7 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	6,5	48	157,40	134
8 Pokémon	2,7	19	333,56	88
9 Micky Maus - Magazin	2,3	17	929,30	38
10 Paw Patrol	2,3	17	385,52	105
11 Donald Duck Sonderheft	1,5	11	478,83	30
12 Bob der Baumeister	1,3	10	678,22	32
13 Disney Cars	1,2	9	781,43	40
14 Feuerwehrmann Sam	1,0	7	903,17	25
15 Miraculous	0,6	5	1.386,59	39
16 Disney Lustiges Taschenbuch	0,6	5	2.782,73	9
17 Just Kick-it!	0,3	2	2.613,51	5
18 Galileo Genial	0,1	1	8.536,36	3

* Es werden 18 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt.

** Preise 2020: 1/1 Seite 4c

*** Sortiert nach Reichweite

**** Referenzgruppe 4 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Peppa Pig“ erzielt bei Mädchen im Alter von 4 bis 5 Jahren eine Reichweite von 13,5%.

Rangreihen nach Geschlecht (männlich)

Zielgruppe: Jungen 4 bis 5 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 263 in Tsd.: 774				
K1-Werte***				
1 Feuerwehrmann Sam	19,2	149	43,74	494
2 Bob der Baumeister	17,8	138	47,15	433
3 Winnie Puuh	9,6	74	79,68	320
4 Paw Patrol	8,1	63	103,12	370
5 Disney Cars	7,4	57	120,10	247
6 GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	6,5	50	149,19	133
7 Pokémon	6,2	48	135,98	203
8 Micky Maus - Magazin	4,2	33	483,59	69
9 Donald Duck Sonderheft	2,6	20	254,27	53
10 Disney Lustiges Taschenbuch	2,6	20	644,32	37
11 Peppa Pig	2,4	18	295,59	104
12 Galileo Genial	1,6	12	569,95	49
13 Miraculous	1,5	12	563,97	90
14 Just Kick-it!	1,0	8	814,67	14
15 Wendy	0,5	4	2.079,07	7
16 Disney Prinzessin	0,4	3	2.075,82	9
17 Disney Die Eiskönigin	0,4	3	2.651,24	9
18 Barbie	0,2	2	3.154,16	5

* Es werden 18 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt.

** Preise 2020: 1/1 Seite 4c

*** Sortiert nach Reichweite

**** Referenzgruppe 4 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Feuerwehrmann Sam“ erzielt bei Jungen im Alter von 4 bis 5 Jahren eine Reichweite von 19,2%.

Mitlesende Erziehungsberechtigte

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Von zumindest einem Erziehungsberechtigten mitgelesene Zeitschriften*					
GEOlino	18,5	19,1	17,9	14,9	22,1
Disney Lustiges Taschenbuch	15,5	19,2	11,6	10,6	20,4
Micky Maus - Magazin	13,1	18,5	7,5	16,3	10,1
Wendy	12,4	0,8	24,6	14,5	10,3
GEOlino Extra	12,2	12,4	11,9	8,9	15,4
Dein Spiegel	11,1	11,0	11,2	3,7	18,4
Donald Duck Sonderheft	10,4	13,8	6,9	10,3	10,6
GEOlino mini (abgefragt als GEomini)	10,4	8,0	12,9	11,1	9,6
Just Kick-it!	9,7	17,7	1,2	7,3	12,1
Galileo Genial	9,1	12,6	5,5	7,8	10,5
Mädchen	9,1	0,1	18,6	2,6	15,5
Popcorn	8,9	2,9	15,2	2,8	15,0
ZEIT leo	8,4	6,3	10,7	2,7	14,1
Barbie	8,4	0,3	17,0	13,3	3,6
Disney Prinzessin	7,2	0,2	14,5	12,0	2,4
Disney Die Eiskönigin	7,1	0,5	14,1	11,1	3,1
Bob der Baumeister	5,1	9,1	0,9	8,1	2,1
Pokémon	4,3	6,7	1,9	5,9	2,8
Feuerwehrmann Sam	4,2	7,8	0,5	7,0	1,5
Disney Cars	4,0	7,0	0,9	6,4	1,7
Winnie Puuh	3,1	2,1	4,2	5,5	0,7
Paw Patrol	3,0	4,6	1,3	5,3	0,8
Miraculous	2,1	2,4	1,8	3,3	0,9
Peppa Pig	1,7	0,5	2,9	3,1	0,3

* Absteigend sortiert nach Werten der Altersklasse 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

18,5% der Erziehungsberechtigten der 6- bis 13-Jährigen lesen „GEOlino“ mit.

Mitlesende Erziehungsberechtigte

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	2.511	1.291	1.220	
in Tsd.	7.379	3.793	3.586	
in %	100,0	100,0	100,0	
Von zumindest einem Erziehungsberechtigten mitgelesene Zeitschriften*				
Disney Lustiges Taschenbuch	13,2	16,5	9,8	
Micky Maus - Magazin	12,2	17,0	7,2	
Wendy	12,1	0,8	24,1	
GEOlino mini (abgefragt als GEomini)	11,7	9,9	13,6	
Barbie	10,0	0,5	20,1	
Donald Duck Sonderheft	9,4	12,4	6,3	
Bob der Baumeister	9,1	16,4	1,4	
Disney Prinzessin	8,8	0,4	17,6	
Feuerwehrmann Sam	8,5	15,6	1,0	
Just Kick-it!	8,1	14,8	1,0	
Disney Die Eiskönigin	8,1	0,5	16,1	
Galileo Genial	7,8	10,9	4,4	
Winnie Puuh	7,6	6,9	8,4	
Pokémon	5,9	8,4	3,3	
Disney Cars	5,5	9,6	1,2	
Paw Patrol	5,5	8,7	2,2	
Peppa Pig	4,2	1,1	7,5	
Miraculous	2,2	2,6	1,7	

* Absteigend sortiert nach Werten der Altersklasse 4 bis 13 Jahre

Lesebeispiel
13,2% der Erziehungsberechtigten der 4- bis 13-Jährigen lesen „Disney Lustiges Taschenbuch“ mit.

Mitlesende Erziehungsberechtigte

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	513	263	249	
in Tsd.	1.506	774	732	
in %	100,0	100,0	100,0	
Von zumindest einem Erziehungsberechtigten mitgelesene Zeitschriften*				
Feuerwehrmann Sam	25,1	46,1	3,0	
Winnie Puuh	25,1	25,5	24,7	
Bob der Baumeister	24,6	44,6	3,5	
GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	17,0	17,4	16,5	
Barbie	16,2	1,1	32,2	
Paw Patrol	15,1	24,3	5,4	
Disney Prinzessin	15,0	1,0	29,7	
Peppa Pig	14,2	3,3	25,6	
Pokémon	12,2	15,2	9,0	
Disney Die Eiskönigin	11,9	0,6	23,8	
Disney Cars	11,3	19,7	2,3	
Wendy	11,2	1,1	21,9	
Micky Maus - Magazin	8,6	11,3	5,8	
Donald Duck Sonderheft	5,4	6,7	4,1	
Disney Lustiges Taschenbuch	4,5	6,2	2,6	
Miraculous	2,5	3,5	1,4	
Galileo Genial	2,4	4,2	0,5	
Just Kick-it!	1,9	3,2	0,5	

* Absteigend sortiert nach Werten der Altersklasse 4 bis 5 Jahre

Lesebeispiel

25,1% der Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen lesen „Feuerwehrmann Sam“ mit.

Ergebnisse der 6- bis 13-Jährigen

Medien	Seite 33
Medienakzeptanz	Seite 34
Markenwünsche	Seite 36
Markenbewusstsein	Seite 37
Erfüllung des Markenwunsches	Seite 37
Freizeit	Seite 38
Freizeitgestaltung mit Medien	Seite 39
Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen	Seite 40
Freizeitgestaltung mit Medien - Hören	Seite 42
Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen	Seite 45
Kommunikationskanäle und Apps der Kommunikation	Seite 46

Medienakzeptanz - Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aussage trifft zu auf ...					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften					
Mein Kind kann etwas lernen.	84,7	84,7	84,7	86,2	83,1
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	72,2	71,2	73,4	74,9	69,6
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	63,5	61,6	65,6	67,8	59,3
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	61,1	58,1	64,3	68,2	54,0
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	73,9	72,7	75,1	77,0	70,7
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	61,9	61,9	61,9	64,5	59,3
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	82,0	80,6	83,5	84,8	79,3
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	84,9	85,6	84,1	86,4	83,3
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	89,7	90,0	89,5	92,1	87,4
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	52,3	52,8	51,7	55,3	49,3
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	65,8	64,7	67,0	68,3	63,4
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	59,1	58,1	60,1	60,2	58,0
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	72,4	70,4	74,4	74,3	70,5
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	58,5	57,0	60,1	62,4	54,7
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	65,6	63,8	67,6	65,6	65,7
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	75,9	75,9	76,0	76,7	75,2
Fernsehen					
Mein Kind kann etwas lernen.	63,8	64,3	63,2	63,7	63,9
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	44,0	44,0	43,9	44,8	43,2
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	42,0	42,8	41,2	44,3	39,8
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	57,7	58,4	57,0	59,1	56,3
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	55,6	55,9	55,3	55,2	56,0
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	44,7	44,8	44,6	45,5	43,9
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	74,6	73,6	75,7	74,3	75,0
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	48,3	48,5	48,1	46,7	49,9
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	33,6	32,8	34,4	31,9	35,3
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	62,4	61,5	63,3	62,9	61,9
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	48,3	48,0	48,5	47,3	49,2
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	61,3	60,7	61,9	59,3	63,3
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	64,4	64,6	64,3	63,3	65,5
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	52,1	52,1	52,0	53,6	50,5
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	46,2	46,0	46,4	45,5	46,9
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	60,9	60,8	61,1	61,6	60,2
Internet					
Mein Kind kann etwas lernen.	54,0	54,7	53,3	42,0	65,9
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	35,8	35,8	35,8	25,3	46,2
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	36,8	36,9	36,8	30,7	42,9
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	38,4	36,7	40,1	32,7	44,0
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	42,4	43,8	40,9	35,1	49,5
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	26,8	27,5	26,1	20,3	33,3
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	59,6	61,5	57,5	48,3	70,8
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	50,6	51,9	49,4	38,1	63,1
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	58,3	58,7	57,8	48,8	67,7
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	38,1	39,3	36,9	28,5	47,7
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	37,0	36,9	37,1	29,6	44,3
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	39,0	39,2	38,9	28,6	49,3
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	49,2	49,7	48,7	38,9	59,4
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	50,9	50,8	50,9	41,2	60,4
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	34,9	35,9	33,9	28,9	40,9
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	44,7	45,2	44,2	33,8	55,5

Lesebeispiel

84,7% der Erziehungsberechtigten der 6- bis 13-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind durch Kinder- und Jugendzeitschriften etwas lernen kann.

Medienakzeptanz - Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aussage trifft zu auf ...					
Radio					
Mein Kind kann etwas lernen.	32,0	32,2	31,9	30,0	34,1
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	29,0	29,6	28,4	26,8	31,3
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	23,1	24,2	22,0	23,9	22,4
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	27,0	29,1	24,8	23,8	30,2
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	27,6	26,9	28,3	26,3	28,9
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	25,5	26,9	24,1	26,1	25,0
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	37,6	37,2	38,0	38,2	37,0
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	25,4	26,7	24,0	23,1	27,7
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	18,0	18,8	17,2	17,9	18,2
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	30,0	29,8	30,2	29,8	30,2
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	29,8	31,5	28,0	29,3	30,2
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	33,8	32,6	35,0	33,2	34,3
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	27,3	28,9	25,7	26,2	28,5
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	32,1	33,4	30,8	32,6	31,6
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	31,8	32,6	31,0	30,4	33,3
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	26,0	26,4	25,6	25,0	27,0
keins dieser Medien					
Mein Kind kann etwas lernen.	2,6	2,3	2,9	3,1	2,0
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	4,5	4,5	4,5	4,4	4,6
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	14,0	14,4	13,5	12,5	15,5
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	8,0	7,8	8,2	5,6	10,4
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	4,6	4,5	4,8	4,3	5,0
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	17,6	16,9	18,4	17,4	17,8
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	0,5	0,5	0,5	0,4	0,6
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	2,4	2,3	2,5	2,9	1,9
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	1,0	1,2	0,8	1,3	0,7
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	9,9	9,6	10,3	10,7	9,2
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	9,8	10,2	9,3	10,8	8,8
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	6,8	6,5	7,0	8,9	4,7
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	1,7	1,3	2,1	1,8	1,6
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	7,0	6,6	7,3	7,2	6,7
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	11,2	11,1	11,4	12,0	10,5
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	3,7	3,2	4,2	4,0	3,4
keine Angabe					
Mein Kind kann etwas lernen.	0,7	0,8	0,5	0,6	0,7
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	1,2	1,0	1,4	1,0	1,4
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	1,6	1,5	1,7	1,6	1,5
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	0,5	0,7	0,2	0,3	0,6
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	1,1	1,5	0,7	1,0	1,2
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	3,2	3,5	2,9	2,4	4,0
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	0,3	0,4	0,1	0,1	0,4
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	2,5	2,3	2,6	2,5	2,4
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	1,6	1,4	1,7	1,6	1,5
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	2,3	2,2	2,3	1,9	2,6
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	3,0	3,0	2,9	2,9	3,1
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	1,8	1,8	1,8	1,5	2,0
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	1,4	1,4	1,5	1,3	1,6
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	3,3	3,7	2,9	4,0	2,6
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	3,5	3,9	3,1	3,0	4,0
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	2,6	3,1	2,1	2,3	2,9

Lesebeispiel

2,6% der Erziehungsberechtigten der 6- bis 13-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind durch keins dieser Medien etwas lernen kann.

Markenwünsche

Markenbewusstsein

Seite 37

Erfüllung des Markenwunsches

Seite 37

Markenbewusstsein und Erfüllung des Markenwunsches

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Marke ist wichtig (bei Kindern erfragt)					
Spielsachen	53,8	55,8	51,6	55,6	51,9
Schulsachen, Stifte, Füller	53,3	49,8	57,0	47,6	58,9
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	61,9	58,5	65,5	53,3	70,4
Handy/ Smartphone	55,0	56,4	53,5	32,7	77,0
Spielkonsolen, Handhelds	52,1	62,3	41,3	36,7	67,3
Kleidung, Klamotten, Anziehsachen	57,9	54,7	61,3	40,0	75,6
Sportschuhe, Sneaker	65,5	68,7	62,2	48,9	82,0
Fahrrad	32,5	36,0	28,7	25,9	39,0
Roller, Skateboard, Longboard, Inline-Skater	27,6	30,4	24,8	19,7	35,5
Duschgel, Haarshampoo, Creme	34,9	28,5	41,7	26,4	43,3
Zahnbürste, Zahnpasta	31,9	28,0	35,9	27,7	36,0
Essen und Trinken	52,9	52,0	53,8	51,9	53,9
Markenwunsch wird meistens erfüllt (bei Erziehungsberechtigtem erfragt)					
Spielsachen	46,2	48,1	44,2	51,0	41,4
Schulsachen, Stifte, Füller	50,2	47,7	52,8	45,0	55,4
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	47,7	44,3	51,2	38,9	56,3
Handy/ Smartphone	23,6	24,5	22,7	10,0	37,1
Spielkonsolen, Handhelds	23,3	28,4	17,9	14,6	31,9
Kleidung, Klamotten, Anziehsachen	47,5	41,5	53,8	33,3	61,5
Sportschuhe, Sneaker	45,5	47,8	43,2	32,5	58,4
Fahrrad	16,7	17,4	15,9	12,5	20,8
Roller, Skateboard, Longboard, Inline-Skater	11,7	13,2	10,1	7,9	15,5
Duschgel, Haarshampoo, Creme	30,0	25,8	34,5	23,9	36,1
Zahnbürste, Zahnpasta	28,7	25,7	31,9	26,9	30,4
Essen und Trinken	60,4	60,4	60,3	58,5	62,2
nichts davon/ keine Angabe	7,2	6,4	8,1	10,9	3,7

Lesebeispiel

53,8% der 6- bis 13-Jährigen legen bei Spielsachen Wert auf eine bestimmte Marke und bei 46,2% wird dieser Markenwunsch meistens erfüllt.

Freizeit

Freizeitgestaltung mit Medien	Seite 39
Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen	Seite 40
Freizeitgestaltung mit Medien - Hören	Seite 42
Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen	Seite 45
Kommunikationskanäle und Apps der Kommunikation	Seite 46

Freizeitgestaltung mit Medien

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Filme und Serien					
(fast) jeden Tag	53,4	55,4	51,2	50,5	56,2
mehrmals pro Woche	40,2	37,8	42,8	42,1	38,4
etwa einmal pro Woche	5,1	5,5	4,7	5,9	4,3
seltener	0,8	0,7	0,9	0,7	0,9
nie	0,5	0,6	0,4	0,9	0,1
Fernsehsendungen					
(fast) jeden Tag	32,2	32,3	32,1	26,4	37,9
mehrmals pro Woche	50,0	51,1	49,0	49,8	50,3
etwa einmal pro Woche	6,1	6,4	5,8	8,0	4,2
seltener	2,6	2,6	2,7	2,8	2,5
nie	9,0	7,7	10,5	13,0	5,1
Musik					
(fast) jeden Tag	52,3	50,6	54,1	42,0	62,6
mehrmals pro Woche	35,0	36,0	34,1	40,4	29,7
etwa einmal pro Woche	4,4	4,8	4,1	6,0	2,9
seltener	3,5	3,5	3,5	5,1	1,9
nie	4,7	5,1	4,3	6,5	2,9
Rudiosendungen, Kinderrudiosendungen					
(fast) jeden Tag	11,6	9,3	14,0	11,0	12,1
mehrmals pro Woche	28,0	28,0	28,0	27,5	28,4
etwa einmal pro Woche	12,4	12,8	12,0	15,3	9,6
seltener	11,4	10,9	11,9	11,3	11,5
nie	36,6	39,0	34,0	34,9	38,3
Hörspiele, Hörbücher					
(fast) jeden Tag	13,1	12,1	14,2	15,7	10,5
mehrmals pro Woche	35,0	32,7	37,5	40,8	29,3
etwa einmal pro Woche	10,6	10,6	10,5	12,9	8,2
seltener	14,6	15,4	13,7	13,8	15,3
nie	26,7	29,1	24,1	16,7	36,6
Bücher					
(fast) jeden Tag	16,9	15,1	18,8	17,5	16,3
mehrmals pro Woche	52,6	50,8	54,5	53,1	52,1
etwa einmal pro Woche	12,3	12,6	12,0	12,2	12,4
seltener	12,5	14,6	10,2	11,5	13,4
nie	5,7	6,9	4,5	5,7	5,8
Zeitschriften, Magazine, Comics					
(fast) jeden Tag	7,9	7,9	7,9	8,4	7,5
mehrmals pro Woche	48,1	48,8	47,3	48,1	48,0
etwa einmal pro Woche	22,0	21,8	22,2	21,5	22,5
seltener	18,0	17,8	18,3	18,0	18,1
nie	4,0	3,7	4,3	4,1	3,9
Tageszeitungen					
(fast) jeden Tag	0,5	0,3	0,7	0,4	0,6
mehrmals pro Woche	6,1	6,8	5,3	2,1	10,0
etwa einmal pro Woche	10,5	9,7	11,2	4,9	16,0
seltener	19,5	20,1	18,8	14,4	24,4
nie	63,5	63,0	64,0	78,2	48,9

Lesebeispiel
16,9% der 6- bis 13-Jährigen lesen (fast) jeden Tag
Bücher.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Filme und Serien

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Filme und Serien					
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft					
(fast) jeden Tag	40,4	41,2	39,5	38,7	42,1
mehrmals pro Woche	44,9	44,2	45,7	45,1	44,8
etwa einmal pro Woche	6,9	7,4	6,4	6,6	7,2
seltener	5,4	4,8	6,0	6,0	4,7
nie	2,4	2,4	2,4	3,6	1,2
keine Angabe	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
mit den Mediathek-Angeboten der Fernsehsender					
(fast) jeden Tag	1,3	1,5	1,0	0,9	1,7
mehrmals pro Woche	8,1	7,5	8,7	7,3	8,8
etwa einmal pro Woche	10,6	10,0	11,3	8,2	13,1
seltener	33,0	33,3	32,8	27,9	38,1
nie	46,5	47,3	45,6	55,1	38,0
keine Angabe	0,5	0,4	0,5	0,6	0,3
mit DVDs/ Blu-rays/ Festplatte o.Ä.					
(fast) jeden Tag	1,0	0,8	1,1	0,6	1,4
mehrmals pro Woche	12,6	12,6	12,6	12,2	13,0
etwa einmal pro Woche	30,2	32,3	27,9	28,0	32,4
seltener	38,1	37,1	39,2	38,4	37,8
nie	18,0	17,0	19,1	20,6	15,4
keine Angabe	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. Youtube, Vimeo					
(fast) jeden Tag	5,0	5,1	4,8	3,4	6,5
mehrmals pro Woche	19,9	20,3	19,5	14,2	25,6
etwa einmal pro Woche	21,7	22,2	21,2	17,0	26,4
seltener	21,2	20,5	22,0	21,5	21,0
nie	31,7	31,6	31,8	43,0	20,5
keine Angabe	0,5	0,2	0,7	0,9	0,1
mit Streaming-Diensten wie z.B. Amazon Prime, Netflix					
(fast) jeden Tag	3,2	3,0	3,5	2,7	3,7
mehrmals pro Woche	16,0	15,5	16,6	13,1	18,9
etwa einmal pro Woche	9,3	9,8	8,7	6,7	11,9
seltener	16,0	16,3	15,6	11,8	20,0
nie	54,4	54,3	54,5	63,7	45,2
keine Angabe	1,1	1,1	1,1	2,0	0,3

Lesebeispiel
40,4% der 6- bis 13-Jährigen schauen (fast) jeden Tag
Filme und Serien genau dann, wenn es gerade im
Fernsehen läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Fernsehsendungen

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fernsehsendungen					
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft					
(fast) jeden Tag	27,3	27,2	27,3	22,6	31,9
mehrmals pro Woche	50,3	51,9	48,7	49,8	50,9
etwa einmal pro Woche	7,5	7,7	7,4	8,7	6,4
seltener	4,9	4,5	5,3	4,9	4,9
nie	9,8	8,7	11,0	13,9	5,8
keine Angabe	0,2	0,1	0,3	0,2	0,2
mit Mediathek-Angeboten der Fernsehsender					
(fast) jeden Tag	0,8	0,9	0,7	0,6	1,0
mehrmals pro Woche	6,2	6,9	5,5	4,7	7,7
etwa einmal pro Woche	10,2	9,5	11,0	8,6	11,8
seltener	28,6	27,5	29,8	22,9	34,4
nie	53,5	54,6	52,2	62,1	44,9
keine Angabe	0,7	0,6	0,8	1,1	0,3
mit DVDs/ Blu-rays/ Festplatte o.Ä.					
(fast) jeden Tag	0,7	0,4	1,0	0,5	0,9
mehrmals pro Woche	7,1	7,2	6,9	5,8	8,4
etwa einmal pro Woche	13,8	14,8	12,7	12,6	15,0
seltener	19,7	19,0	20,4	17,8	21,5
nie	58,6	58,5	58,6	63,0	54,1
keine Angabe	0,2	0,1	0,3	0,3	0,1
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. Youtube, Vimeo					
(fast) jeden Tag	2,7	2,7	2,7	1,7	3,8
mehrmals pro Woche	12,5	13,1	11,8	8,9	16,0
etwa einmal pro Woche	13,5	14,7	12,2	10,3	16,6
seltener	17,1	16,1	18,1	14,1	20,0
nie	53,5	52,8	54,3	63,6	43,5
keine Angabe	0,7	0,5	0,9	1,3	0,1

Lesebeispiel

27,3% der 6- bis 13-Jährigen schauen (fast) jeden Tag Fernsehsendungen genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Musik

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Musik					
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft					
(fast) jeden Tag	24,5	23,7	25,4	22,5	26,6
mehrmals pro Woche	40,5	41,7	39,1	39,2	41,7
etwa einmal pro Woche	8,3	8,2	8,5	9,2	7,5
seltener	8,9	8,2	9,6	9,5	8,3
nie	17,5	17,6	17,4	19,3	15,8
keine Angabe	0,3	0,6	0,0	0,4	0,2
mit den Internet-Angeboten der Radiosender					
(fast) jeden Tag	1,4	1,8	1,0	1,0	1,8
mehrmals pro Woche	6,8	4,7	9,1	4,0	9,5
etwa einmal pro Woche	5,8	5,4	6,3	3,8	7,8
seltener	17,2	18,2	16,0	15,1	19,2
nie	68,3	68,9	67,5	75,4	61,2
keine Angabe	0,6	1,0	0,1	0,7	0,5
mit CDs					
(fast) jeden Tag	8,3	7,6	8,9	10,5	6,0
mehrmals pro Woche	34,3	35,4	33,2	35,0	33,6
etwa einmal pro Woche	22,1	22,2	22,0	21,7	22,5
seltener	18,3	17,1	19,5	15,7	20,8
nie	16,9	17,4	16,3	16,7	17,0
keine Angabe	0,2	0,4	0,0	0,3	0,1
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.					
(fast) jeden Tag	7,4	6,9	8,0	1,8	12,9
mehrmals pro Woche	24,5	23,8	25,2	19,8	29,1
etwa einmal pro Woche	16,9	19,0	14,7	18,0	15,8
seltener	15,4	15,7	15,0	15,2	15,5
nie	35,4	34,0	36,9	44,5	26,4
keine Angabe	0,4	0,6	0,3	0,7	0,2
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube					
(fast) jeden Tag	8,0	8,1	7,8	3,4	12,5
mehrmals pro Woche	26,8	26,6	27,1	15,9	37,7
etwa einmal pro Woche	16,4	16,0	16,9	14,0	18,8
seltener	16,9	18,4	15,3	20,9	12,9
nie	30,8	29,8	31,9	44,2	17,6
keine Angabe	1,1	1,2	1,0	1,6	0,6

Lesebeispiel

24,5% der 6- bis 13-Jährigen hören (fast) jeden Tag Musik genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Radiosendungen, Kinderradiosendungen

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Radiosendungen, Kinderradiosendungen genau dann, wenn es gerade im Radio läuft					
(fast) jeden Tag	8,6	7,1	10,1	8,9	8,2
mehrmals pro Woche	24,6	25,0	24,2	25,0	24,2
etwa einmal pro Woche	13,4	14,0	12,9	15,0	11,9
seltener	14,0	12,6	15,4	13,6	14,4
nie	38,1	40,2	36,0	36,4	39,8
keine Angabe	1,2	1,1	1,4	1,0	1,5
mit den Internet-Angeboten der Radiosender					
(fast) jeden Tag	0,6	0,5	0,6	0,2	1,0
mehrmals pro Woche	3,4	2,5	4,4	2,3	4,6
etwa einmal pro Woche	4,1	3,4	4,9	4,5	3,7
seltener	13,5	14,1	12,9	11,0	16,0
nie	77,0	78,2	75,6	80,7	73,2
keine Angabe	1,4	1,3	1,5	1,3	1,4
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.					
(fast) jeden Tag	0,7	0,6	0,7	0,1	1,2
mehrmals pro Woche	3,8	3,2	4,4	2,7	4,8
etwa einmal pro Woche	9,7	10,5	8,9	7,8	11,6
seltener	7,9	7,2	8,5	9,4	6,3
nie	76,6	77,1	76,0	78,5	74,6
keine Angabe	1,4	1,3	1,6	1,4	1,4
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube					
(fast) jeden Tag	1,6	1,7	1,6	0,8	2,5
mehrmals pro Woche	6,0	4,9	7,1	4,0	7,9
etwa einmal pro Woche	8,6	8,4	8,8	4,9	12,2
seltener	9,5	9,2	9,7	11,2	7,7
nie	72,2	73,9	70,4	76,7	67,8
keine Angabe	2,1	1,8	2,4	2,3	1,9

Lesebeispiel

8,6% der 6- bis 13-Jährigen hören (fast) jeden Tag Radiosendungen, Kinderradiosendungen genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Hörspiele, Hörbücher

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Hörspiele, Hörbücher					
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft					
(fast) jeden Tag	1,4	1,6	1,3	1,3	1,6
mehrmals pro Woche	6,3	5,5	7,1	7,0	5,6
etwa einmal pro Woche	5,6	5,0	6,2	6,2	5,0
seltener	23,9	24,0	23,7	27,6	20,2
nie	61,7	62,6	60,7	56,7	66,5
keine Angabe	1,1	1,3	0,9	1,1	1,1
mit den Internet-Angeboten der Radiosender					
(fast) jeden Tag	0,3	0,5	0,1	0,2	0,5
mehrmals pro Woche	2,1	1,3	2,9	1,7	2,5
etwa einmal pro Woche	3,4	3,2	3,7	3,2	3,7
seltener	9,2	9,2	9,2	7,7	10,6
nie	83,8	84,7	82,9	86,0	81,7
keine Angabe	1,2	1,1	1,2	1,2	1,1
mit CDs					
(fast) jeden Tag	7,7	7,2	8,2	10,5	4,9
mehrmals pro Woche	23,5	20,0	27,2	30,4	16,7
etwa einmal pro Woche	17,6	18,7	16,4	17,6	17,7
seltener	18,5	19,9	17,0	19,4	17,5
nie	31,8	33,3	30,1	21,1	42,3
keine Angabe	0,9	0,8	1,1	1,0	0,9
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.					
(fast) jeden Tag	0,6	0,8	0,4	0,3	0,9
mehrmals pro Woche	9,7	9,4	10,0	7,9	11,5
etwa einmal pro Woche	13,4	13,5	13,4	12,7	14,2
seltener	16,5	16,3	16,8	18,5	14,6
nie	58,3	58,6	58,0	59,1	57,4
keine Angabe	1,4	1,4	1,4	1,5	1,3
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube					
(fast) jeden Tag	1,2	1,3	1,1	0,8	1,7
mehrmals pro Woche	8,4	8,4	8,5	7,2	9,7
etwa einmal pro Woche	12,0	12,1	11,8	9,4	14,5
seltener	16,2	16,0	16,4	16,5	15,9
nie	60,7	61,0	60,4	64,5	57,0
keine Angabe	1,4	1,1	1,7	1,5	1,2

Lesebeispiel

1,4% der 6- bis 13-Jährigen hören (fast) jeden Tag Hörspiele, Hörbücher genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen: Bücher, Zeitschriften, Magazine, Comics und Tageszeitungen

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bücher					
auf Papier					
(fast) jeden Tag	15,0	13,3	16,7	15,6	14,3
mehrmals pro Woche	50,7	48,2	53,4	51,4	50,0
etwa einmal pro Woche	14,3	15,0	13,6	14,1	14,6
seltener	13,4	15,5	11,2	12,1	14,6
nie	5,7	6,9	4,5	5,7	5,8
keine Angabe	0,8	1,1	0,6	1,1	0,6
elektronisch					
(fast) jeden Tag	0,3	0,3	0,2	0,0	0,5
mehrmals pro Woche	3,7	3,5	3,9	3,3	4,1
etwa einmal pro Woche	3,3	2,4	4,2	1,7	4,9
seltener	17,0	16,6	17,4	11,3	22,6
nie	74,8	75,8	73,8	82,4	67,2
keine Angabe	1,0	1,3	0,6	1,3	0,7
Zeitschriften, Magazine, Comics					
auf Papier					
(fast) jeden Tag	6,9	6,7	7,0	7,2	6,5
mehrmals pro Woche	45,2	46,1	44,2	45,5	44,8
etwa einmal pro Woche	22,4	22,6	22,3	21,6	23,2
seltener	21,0	20,4	21,6	21,1	20,9
nie	4,0	3,8	4,3	4,1	3,9
keine Angabe	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6
elektronisch					
(fast) jeden Tag	0,3	0,3	0,3	0,1	0,5
mehrmals pro Woche	3,6	3,5	3,6	2,9	4,3
etwa einmal pro Woche	5,3	5,1	5,6	2,5	8,1
seltener	18,2	19,1	17,4	13,4	23,1
nie	71,8	71,2	72,4	80,3	63,4
keine Angabe	0,8	0,8	0,7	0,8	0,7
Tageszeitungen					
auf Papier					
(fast) jeden Tag	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3
mehrmals pro Woche	5,2	5,8	4,7	1,6	8,8
etwa einmal pro Woche	9,5	9,1	10,0	3,9	15,1
seltener	20,2	20,7	19,6	14,7	25,6
nie	63,6	63,1	64,1	78,3	49,1
keine Angabe	1,1	0,9	1,2	1,0	1,1
elektronisch					
(fast) jeden Tag	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2
mehrmals pro Woche	0,6	0,6	0,6	0,1	1,2
etwa einmal pro Woche	1,9	2,0	1,9	0,5	3,3
seltener	8,7	8,8	8,6	3,6	13,8
nie	87,6	87,7	87,4	94,7	80,5
keine Angabe	1,0	0,7	1,3	1,0	0,9

Lesebeispiel
15,0% der 6- bis 13-Jährigen lesen (fast) jeden Tag
Bücher auf Papier.

Kommunikationskanäle und Apps der Kommunikation

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kommunikationskanäle					
Mit seinen Freunden unterhält sich das Kind auch via...					
Reden miteinander, wenn ihr euch seht					
häufig	95,3	93,3	97,5	94,0	96,6
ab und zu	4,6	6,6	2,5	6,0	3,2
gar nicht	0,1	0,2	0,0	0,0	0,2
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Telefonieren (egal, ob mit oder ohne Video)					
häufig	43,1	40,3	45,9	32,9	53,1
ab und zu	45,5	46,8	44,1	52,3	38,8
gar nicht	11,3	12,8	9,7	14,7	7,9
keine Angabe	0,1	0,0	0,3	0,1	0,2
Textnachrichten schreiben (z.B. SMS, E-Mail, WhatsApp)/ chatten					
häufig	41,0	37,6	44,6	14,9	66,8
ab und zu	28,4	32,5	24,0	32,2	24,6
gar nicht	30,5	29,9	31,0	52,5	8,6
keine Angabe	0,2	0,0	0,4	0,4	0,0
Briefe, Postkarten schreiben					
häufig	2,0	2,2	1,8	1,3	2,7
ab und zu	27,0	24,3	29,7	25,6	28,3
gar nicht	70,8	73,1	68,3	73,0	68,6
keine Angabe	0,3	0,4	0,1	0,1	0,4
Sprachnachrichten schicken					
häufig	21,8	18,6	25,1	6,2	37,2
ab und zu	27,8	27,7	27,8	19,6	35,9
gar nicht	50,0	53,1	46,7	74,1	26,2
keine Angabe	0,5	0,5	0,4	0,2	0,7
Bilder, Status posten					
häufig	18,7	15,6	22,0	4,7	32,6
ab und zu	25,9	25,9	25,9	14,7	37,0
gar nicht	54,8	57,9	51,5	80,3	29,5
keine Angabe	0,6	0,5	0,7	0,3	0,9

Lesebeispiel

21,8% der 6- bis 13-Jährigen schicken sich häufig Sprachnachrichten.

Apps der Kommunikation

Mit seinen Freunden unterhält sich das Kind auch via...					
Facebook	13,0	12,4	13,6	3,6	22,3
WhatsApp	55,7	55,1	56,4	30,7	80,6
Snapchat	13,0	11,1	14,9	3,2	22,7
Instagram	13,0	13,1	12,9	2,6	23,3
Skype	7,2	7,4	6,9	1,6	12,7
Facetime	3,4	2,9	3,9	1,8	4,9
andere Apps	16,8	17,4	16,2	7,0	26,6
Kind nutzt keine Apps	34,6	34,8	34,5	59,1	10,4
keine Angabe	4,0	4,1	3,9	6,3	1,8

Lesebeispiel

13,0% der 6- bis 13-Jährigen nutzen Facebook als Kommunikationsmittel.

Ergebnisse der 4- bis 5-Jährigen

Medien und Werbung	Seite	48
Medienakzeptanz	Seite	48
Markenwünsche	Seite	50
Markenbewusstsein und Erfüllung des Markenwunsches	Seite	50
Freizeit und Themeninteressen	Seite	51
Freizeitgestaltung mit Medien	Seite	51
Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen	Seite	52
Freizeitgestaltung mit Medien - Hören	Seite	54
Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen	Seite	57

Medienakzeptanz - Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
Aussage trifft zu auf ...			
Kinder- und Jugend-Zeitschriften			
Mein Kind kann etwas lernen.	83,1	82,3	83,9
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	75,2	75,3	75,0
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	62,1	63,3	60,7
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	76,4	76,2	76,6
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	75,0	75,5	74,5
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	58,8	57,7	60,0
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	80,2	83,0	77,3
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	83,9	86,4	81,2
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	87,7	89,1	86,3
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	54,0	53,6	54,5
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	67,0	68,6	65,2
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	56,7	55,7	57,7
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	74,9	76,9	72,6
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	56,5	55,3	57,8
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	69,3	71,0	67,5
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	72,5	72,2	72,9
Fernsehen			
Mein Kind kann etwas lernen.	55,3	54,6	56,1
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	37,4	36,5	38,3
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	37,5	39,6	35,3
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	49,1	49,3	49,0
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	48,3	48,6	48,0
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	43,4	43,8	43,0
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	70,1	67,0	73,5
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	39,8	41,6	37,9
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	28,1	25,2	31,2
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	58,6	60,1	57,1
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	46,6	45,4	47,8
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	58,4	58,6	58,2
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	52,1	50,7	53,5
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	54,3	53,4	55,2
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	45,9	42,0	50,2
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	57,2	56,9	57,6
Internet			
Mein Kind kann etwas lernen.	16,2	19,2	13,0
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	9,5	9,7	9,2
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	9,6	12,4	6,7
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	14,8	13,9	15,7
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	11,8	13,4	10,1
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	9,8	11,4	8,1
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	18,5	21,1	15,8
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	12,2	11,1	13,2
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	19,7	20,5	18,8
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	15,5	15,3	15,8
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	12,6	13,1	12,0
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	12,2	11,2	13,2
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	12,3	11,9	12,7
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	17,9	18,8	16,9
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	9,9	9,2	10,7
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	14,4	13,7	15,1

Lesebeispiel

83,1% der Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind durch Kinder- und Jugendzeitschriften etwas lernen kann.

Medienakzeptanz - Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
Aussage trifft zu auf ...			
Radio			
Mein Kind kann etwas lernen.	22,8	21,8	23,9
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	27,2	28,7	25,7
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	15,5	16,4	14,6
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	23,4	20,6	26,4
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	20,5	20,7	20,3
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	23,3	21,7	25,0
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	35,2	35,8	34,5
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	17,3	16,2	18,4
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	13,0	13,9	12,0
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	23,7	21,2	26,3
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	19,8	19,0	20,6
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	23,8	19,5	28,4
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	21,4	21,9	20,9
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	24,9	25,2	24,5
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	24,7	22,0	27,6
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	21,2	19,1	23,4
keins dieser Medien			
Mein Kind kann etwas lernen.	5,3	5,0	5,6
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	7,9	6,7	9,2
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	17,0	15,3	18,7
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	6,2	5,3	7,1
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	7,9	7,7	8,1
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	20,5	20,6	20,4
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	2,8	2,2	3,4
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	5,0	3,6	6,4
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	2,8	2,9	2,7
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	14,0	12,0	16,1
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	13,2	10,3	16,3
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	12,4	13,6	11,2
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	5,5	4,2	6,8
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	11,7	10,3	13,3
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	12,7	13,4	11,9
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	6,4	7,2	5,5
keine Angabe			
Mein Kind kann etwas lernen.	2,0	2,2	1,8
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.	1,0	0,3	1,7
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	2,3	1,2	3,4
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	0,1	0,2	0,0
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	0,8	0,2	1,4
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	3,6	2,4	4,9
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	0,3	0,3	0,2
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	3,3	2,6	4,1
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	2,3	2,5	2,2
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	1,2	1,3	1,2
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt.	3,2	3,5	2,9
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	2,2	2,8	1,6
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	2,1	1,7	2,4
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	4,4	4,7	4,0
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	2,9	3,2	2,7
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	3,8	5,0	2,6

Lesebeispiel

5,3% der Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind durch keins dieser Medien etwas lernen kann.

Markenbewusstsein und Erfüllung des Markenwunsches

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	513	263	249	
in Tsd.	1.506	774	732	
in %	100,0	100,0	100,0	
Marke ist wichtig				
Spielsachen	41,8	45,0	38,4	
Schulsachen, Stifte, Füller	9,9	6,9	13,0	
Taschen, Ranzten, Rucksäcke	17,5	16,7	18,4	
Handy/ Smartphone	6,4	6,1	6,7	
Spielkonsolen, Handhelds	9,4	8,1	10,8	
Kleidung, Klamotten, Anziehsachen	13,6	10,0	17,4	
Sportschuhe, Sneaker	16,4	13,7	19,4	
Fahrrad	8,7	5,7	11,9	
Roller, Skateboard, Longboard, Inline-Skater	6,5	5,7	7,2	
Duschgel, Haarshampoo, Creme	18,6	16,0	21,3	
Zahnbürste, Zahnpasta	20,2	17,2	23,5	
Essen und Trinken	41,6	39,6	43,6	
Markenwunsch wird meistens erfüllt				
Spielsachen	44,9	48,9	40,8	
Schulsachen, Stifte, Füller	9,3	9,1	9,5	
Taschen, Ranzten, Rucksäcke	14,8	15,1	14,4	
Handy/ Smartphone	2,7	2,4	3,1	
Spielkonsolen, Handhelds	5,1	5,1	5,1	
Kleidung, Klamotten, Anziehsachen	16,8	15,2	18,4	
Sportschuhe, Sneaker	12,4	13,7	11,0	
Fahrrad	7,5	8,2	6,7	
Roller, Skateboard, Longboard, Inline-Skater	4,3	4,8	3,8	
Duschgel, Haarshampoo, Creme	17,6	16,8	18,4	
Zahnbürste, Zahnpasta	23,1	23,4	22,8	
Essen und Trinken	53,9	57,5	50,2	
nichts davon/ keine Angabe	23,5	22,4	24,6	

Lesebeispiel

41,8% der 4- bis 5-Jährigen legen bei Spielsachen Wert auf eine bestimmte Marke und 44,9% wird dieser Markenwunsch meistens erfüllt.

Freizeitgestaltung mit Medien

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
Filme und Serien			
(fast) jeden Tag	30,9	30,8	31,0
mehrmals pro Woche	54,6	56,1	53,1
etwa einmal pro Woche	7,4	6,2	8,8
seltener	2,3	1,2	3,3
nie	4,8	5,7	3,8
Fernsehsendungen			
(fast) jeden Tag	12,5	11,4	13,7
mehrmals pro Woche	49,5	50,8	48,2
etwa einmal pro Woche	6,1	6,0	6,1
seltener	4,6	4,7	4,5
nie	27,3	27,1	27,5
Musik			
(fast) jeden Tag	25,2	22,1	28,5
mehrmals pro Woche	51,3	53,5	49,0
etwa einmal pro Woche	7,3	8,2	6,4
seltener	7,1	9,7	4,5
nie	9,0	6,5	11,7
Rudiosendungen, Kinderrudiosendungen			
(fast) jeden Tag	8,6	7,6	9,7
mehrmals pro Woche	25,8	23,5	28,3
etwa einmal pro Woche	10,9	11,6	10,0
seltener	12,6	14,9	10,1
nie	42,1	42,4	41,8
Hörspiele, Hörbücher			
(fast) jeden Tag	15,5	13,3	17,8
mehrmals pro Woche	50,5	50,4	50,7
etwa einmal pro Woche	12,6	13,8	11,3
seltener	8,4	8,1	8,7
nie	13,0	14,4	11,5
Bücher			
(fast) jeden Tag	17,2	15,8	18,6
mehrmals pro Woche	56,8	57,0	56,5
etwa einmal pro Woche	9,2	8,1	10,4
seltener	7,6	9,8	5,2
nie	9,3	9,3	9,4
Zeitschriften, Magazine, Comics			
(fast) jeden Tag	3,8	1,2	6,4
mehrmals pro Woche	43,2	43,5	42,8
etwa einmal pro Woche	19,3	21,9	16,5
seltener	23,1	21,6	24,7
nie	10,7	11,7	9,5
Tageszeitungen			
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	0,1	0,2	0,0
etwa einmal pro Woche	0,9	0,6	1,2
seltener	4,1	2,9	5,5
nie	94,8	96,3	93,3

Lesebeispiel

25,2% der 4- bis 5-Jährigen hören (fast) jeden Tag Musik.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Filme und Serien

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
Filme und Serien			
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft			
(fast) jeden Tag	24,3	22,9	25,8
mehrmals pro Woche	52,9	55,0	50,6
etwa einmal pro Woche	8,7	8,8	8,6
seltener	5,1	3,4	6,9
nie	8,9	9,8	7,9
keine Angabe	0,1	0,0	0,3
mit den Mediathek-Angeboten der Fernsehsender			
(fast) jeden Tag	1,1	1,4	0,9
mehrmals pro Woche	5,1	4,8	5,5
etwa einmal pro Woche	5,2	6,4	4,0
seltener	14,2	11,8	16,7
nie	74,0	75,5	72,4
keine Angabe	0,3	0,0	0,5
mit DVDs/ Blu-rays/ Festplatte o.Ä.			
(fast) jeden Tag	0,7	1,4	0,0
mehrmals pro Woche	11,2	11,2	11,2
etwa einmal pro Woche	24,6	25,1	23,9
seltener	30,7	28,7	32,9
nie	32,7	33,5	31,8
keine Angabe	0,1	0,0	0,2
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. Youtube, Vimeo			
(fast) jeden Tag	1,5	2,3	0,7
mehrmals pro Woche	8,8	9,3	8,4
etwa einmal pro Woche	7,2	7,9	6,4
seltener	11,0	11,2	10,9
nie	70,6	69,1	72,2
keine Angabe	0,8	0,2	1,5
mit Streaming-Diensten wie z.B. Amazon Prime, Netflix			
(fast) jeden Tag	2,4	2,6	2,1
mehrmals pro Woche	11,6	12,0	11,1
etwa einmal pro Woche	5,5	6,1	4,9
seltener	7,8	8,0	7,5
nie	72,2	71,3	73,2
keine Angabe	0,6	0,0	1,2

Lesebeispiel

24,3% der 4- bis 5-Jährigen schauen (fast) jeden Tag Filme und Serien genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Fernsehsendungen

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	513	263	249	
in Tsd.	1.506	774	732	
in %	100,0	100,0	100,0	
Fernsehsendungen				
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft				
(fast) jeden Tag	10,5	8,6	12,4	
mehrmals pro Woche	48,9	50,4	47,4	
etwa einmal pro Woche	6,5	6,2	6,9	
seltener	5,6	5,7	5,4	
nie	27,9	27,8	27,9	
keine Angabe	0,6	1,2	0,0	
mit den Mediathek-Angeboten der Fernsehsender				
(fast) jeden Tag	0,5	0,9	0,0	
mehrmals pro Woche	1,9	1,9	1,9	
etwa einmal pro Woche	7,6	7,2	8,0	
seltener	10,1	8,8	11,4	
nie	78,9	79,8	78,0	
keine Angabe	1,0	1,2	0,8	
mit DVDs/ Blu-rays/ Festplatte o.Ä.				
(fast) jeden Tag	0,2	0,3	0,0	
mehrmals pro Woche	3,5	3,1	4,0	
etwa einmal pro Woche	7,5	6,8	8,3	
seltener	13,2	12,0	14,4	
nie	75,0	76,6	73,2	
keine Angabe	0,6	1,2	0,0	
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. Youtube, Vimeo				
(fast) jeden Tag	0,5	0,5	0,5	
mehrmals pro Woche	5,6	4,5	6,7	
etwa einmal pro Woche	5,7	7,6	3,8	
seltener	8,4	7,3	9,5	
nie	78,5	78,9	78,0	
keine Angabe	1,3	1,2	1,4	

Lesebeispiel

10,5% der 4- bis 5-Jährigen schauen (fast) jeden Tag Fernsehsendungen genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Musik

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	513	263	249	
in Tsd.	1.506	774	732	
in %	100,0	100,0	100,0	
Musik				
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft				
(fast) jeden Tag	11,3	10,3	12,3	
mehrmals pro Woche	40,6	40,9	40,3	
etwa einmal pro Woche	11,4	12,3	10,6	
seltener	11,9	17,2	6,3	
nie	23,5	18,3	29,0	
keine Angabe	1,2	0,9	1,5	
mit den Internet-Angeboten der Radiosender				
(fast) jeden Tag	0,5	1,0	0,0	
mehrmals pro Woche	3,0	3,7	2,3	
etwa einmal pro Woche	3,9	4,4	3,3	
seltener	4,9	4,1	5,6	
nie	86,5	86,1	86,9	
keine Angabe	1,2	0,7	1,8	
mit CDs				
(fast) jeden Tag	9,0	7,4	10,8	
mehrmals pro Woche	37,8	41,3	34,1	
etwa einmal pro Woche	16,0	13,7	18,5	
seltener	16,7	18,7	14,6	
nie	19,3	18,2	20,5	
keine Angabe	1,1	0,7	1,5	
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.				
(fast) jeden Tag	0,4	0,6	0,2	
mehrmals pro Woche	8,8	8,2	9,5	
etwa einmal pro Woche	10,8	11,5	10,1	
seltener	17,2	16,8	17,5	
nie	61,4	61,9	60,9	
keine Angabe	1,4	1,0	1,8	
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube				
(fast) jeden Tag	2,3	2,1	2,5	
mehrmals pro Woche	8,5	9,1	7,8	
etwa einmal pro Woche	6,6	8,3	4,9	
seltener	9,7	8,6	10,9	
nie	70,7	70,4	71,1	
keine Angabe	2,1	1,5	2,7	

Lesebeispiel

11,3% der 4- bis 5-Jährigen hören (fast) jeden Tag Musik genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Radiosendungen

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
Radiosendungen, Kinderradiosendungen genau dann, wenn es gerade im Radio läuft			
(fast) jeden Tag	6,3	5,1	7,6
mehrmals pro Woche	25,4	23,5	27,4
etwa einmal pro Woche	11,8	12,0	11,6
seltener	11,0	13,4	8,5
nie	44,2	44,2	44,2
keine Angabe	1,3	1,8	0,8
mit den Internet-Angeboten der Radiosender			
(fast) jeden Tag	0,5	0,9	0,0
mehrmals pro Woche	1,7	1,3	2,1
etwa einmal pro Woche	2,6	2,4	2,8
seltener	6,3	5,2	7,5
nie	87,6	88,3	86,9
keine Angabe	1,3	1,8	0,8
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.			
(fast) jeden Tag	0,1	0,0	0,2
mehrmals pro Woche	2,7	2,9	2,6
etwa einmal pro Woche	2,8	2,8	2,8
seltener	6,9	7,1	6,7
nie	85,6	85,5	85,8
keine Angabe	1,9	1,8	2,0
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube			
(fast) jeden Tag	0,3	0,5	0,0
mehrmals pro Woche	2,8	1,9	3,8
etwa einmal pro Woche	2,6	4,0	1,2
seltener	6,2	4,5	8,1
nie	85,5	86,2	84,7
keine Angabe	2,6	2,9	2,3

Lesebeispiel
 6,3% der 4- bis 5-Jährigen hören (fast) jeden Tag
 Radiosendungen, Kinderradiosendungen genau dann,
 wenn es gerade im Radio läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Hörspiele, Hörbücher

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
Hörspiele, Hörbücher			
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft			
(fast) jeden Tag	1,0	0,3	1,8
mehrmals pro Woche	6,1	5,9	6,3
etwa einmal pro Woche	8,0	6,6	9,5
seltener	24,9	24,7	25,0
nie	59,0	61,3	56,7
keine Angabe	0,9	1,3	0,6
mit den Internet-Angeboten der Radiosender			
(fast) jeden Tag	0,1	0,0	0,3
mehrmals pro Woche	1,2	1,3	1,0
etwa einmal pro Woche	2,3	3,1	1,5
seltener	5,5	5,4	5,7
nie	90,0	89,7	90,3
keine Angabe	0,9	0,5	1,2
mit CDs			
(fast) jeden Tag	11,8	10,6	13,1
mehrmals pro Woche	41,4	39,8	43,1
etwa einmal pro Woche	13,6	13,8	13,5
seltener	13,1	14,1	12,0
nie	19,8	21,3	18,3
keine Angabe	0,3	0,5	0,0
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.			
(fast) jeden Tag	0,2	0,4	0,0
mehrmals pro Woche	5,5	4,7	6,4
etwa einmal pro Woche	9,7	10,5	8,9
seltener	14,6	12,7	16,6
nie	69,0	70,5	67,4
keine Angabe	0,9	1,1	0,7
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube			
(fast) jeden Tag	0,4	0,8	0,0
mehrmals pro Woche	5,6	4,8	6,4
etwa einmal pro Woche	7,4	8,9	5,8
seltener	10,6	9,9	11,3
nie	74,3	73,4	75,1
keine Angabe	1,7	2,1	1,3

Lesebeispiel

1,0% der 4- bis 5-Jährigen hören (fast) jeden Tag Hörspiele, Hörbücher genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen: Bücher und Zeitschriften, Magazine, Comics

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	513	263	249	
in Tsd.	1.506	774	732	
in %	100,0	100,0	100,0	
Bücher				
auf Papier				
(fast) jeden Tag	15,9	14,8	17,2	
mehrmals pro Woche	54,0	53,2	54,7	
etwa einmal pro Woche	10,7	10,9	10,4	
seltener	9,1	10,9	7,2	
nie	9,4	9,5	9,4	
keine Angabe	0,9	0,8	1,1	
elektronisch				
(fast) jeden Tag	0,6	0,0	1,3	
mehrmals pro Woche	2,4	2,2	2,5	
etwa einmal pro Woche	1,9	3,7	0,0	
seltener	5,3	3,4	7,2	
nie	88,2	88,7	87,6	
keine Angabe	1,7	1,9	1,4	
Zeitschriften, Magazine, Comics				
auf Papier				
(fast) jeden Tag	3,1	1,2	5,1	
mehrmals pro Woche	40,9	41,9	39,8	
etwa einmal pro Woche	19,9	21,2	18,4	
seltener	23,3	22,1	24,4	
nie	10,7	11,7	9,5	
keine Angabe	2,3	1,8	2,7	
elektronisch				
(fast) jeden Tag	0,4	0,0	0,9	
mehrmals pro Woche	1,4	1,0	1,8	
etwa einmal pro Woche	1,4	0,7	2,1	
seltener	4,9	5,3	4,6	
nie	88,7	90,2	87,1	
keine Angabe	3,2	2,8	3,5	
Tageszeitungen				
auf Papier				
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0	
mehrmals pro Woche	0,1	0,2	0,0	
etwa einmal pro Woche	0,9	0,6	1,2	
seltener	3,6	2,4	4,9	
nie	95,1	96,3	93,9	
keine Angabe	0,3	0,5	0,0	
elektronisch				
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0	
mehrmals pro Woche	0,1	0,2	0,0	
etwa einmal pro Woche	0,0	0,0	0,0	
seltener	0,3	0,0	0,6	
nie	99,3	99,3	99,4	
keine Angabe	0,3	0,5	0,0	

Lesebeispiel
15,9% der 4- bis 5-Jährigen lesen (fast) jeden Tag Bücher auf Papier.

Anhang



Soziodemografie 6 bis 13 Jahre	Seite	60
Soziodemografie 4 bis 5 Jahre	Seite	64
Methodenbericht	Seite	68
Codepläne	Seite	81
Impressum	Seite	111

Soziodemografie

Die Demografie des Kinder-Medien-Monitors ist nach den wesentlichen Selektionskriterien, die auch in anderen Markt-Media-Studien enthalten sind, angelegt.

Die meisten Fragen zur Soziodemografie und den Haushaltsmerkmalen wurden im Erziehungsberechtigten-Interview erhoben. Im Kinder-Interview wurden das Alter des Kindes und dessen Schulbesuch abgefragt.

Folgende Demografie-Merkmale wurden u.a. erhoben:

- Geschlecht des Kindes
- Alter des Kindes
- Schulbesuch
- Bundesland
- Wohnortgrößen (politisch/ BIK)
- Region (West/ Ost)
- Alter des befragten Erziehungsberechtigten
- Anzahl der Personen im Haushalt
- Alter und Geschlecht der Personen im Haushalt
- Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum befragten Kind
- Schulbildung des Hauptverdieners
- Berufstätigkeit des Hauptverdieners
- Berufsgruppe des Hauptverdieners
- Schulbildung der haushaltsführenden Person
- Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person
- Berufsgruppe der haushaltsführenden Person
- Haushaltsnettoeinkommen
- Anzahl der Verdienener im Haushalt
- Geschwister unter 18 Jahre im Haushalt
- Eigenes Zimmer für das Kind
- Migrationshintergrund

Eine Auswahl der Merkmale ist in den anschließenden Tabellen dargestellt.

Soziodemografie der 6- bis 13-Jährigen in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Geschlecht					
männlich	51,4	100,0	0,0	51,4	51,4
weiblich	48,6	0,0	100,0	48,6	48,6
Alter					
6 Jahre	12,5	12,5	12,5	25,2	0,0
7 Jahre	12,3	12,3	12,3	24,7	0,0
8 Jahre	12,6	12,5	12,6	25,3	0,0
9 Jahre	12,4	12,4	12,4	24,9	0,0
10 Jahre	12,7	12,7	12,7	0,0	25,3
11 Jahre	12,6	12,6	12,6	0,0	25,1
12 Jahre	12,4	12,4	12,3	0,0	24,6
13 Jahre	12,5	12,5	12,5	0,0	24,9
Schulbesuch					
Grundschule	53,0	53,4	52,6	89,8	16,5
Hauptschule	4,0	4,3	3,6	0,0	7,9
Realschule	13,9	13,9	13,9	0,5	27,2
Gymnasium	17,3	15,5	19,2	0,3	34,2
Gesamtschule	6,9	7,7	6,0	0,9	12,8
andere Schule	0,8	1,3	0,3	0,1	1,4
noch nicht eingeschult	4,2	3,9	4,4	8,4	0,0
Personen im Haushalt					
2 Personen	8,5	7,0	10,1	7,6	9,4
3 Personen	37,2	35,8	38,6	34,7	39,6
4 Personen	44,9	47,4	42,3	48,8	41,1
5 Personen und mehr	9,4	9,8	9,0	8,9	9,9
Haushaltsnettoeinkommen					
unter 1.000 Euro	1,1	1,3	0,8	1,7	0,5
1.000 bis unter 1.500 Euro	3,3	2,3	4,4	3,8	2,8
1.500 bis unter 2.000 Euro	8,9	8,0	9,9	10,0	7,9
2.000 bis unter 2.500 Euro	16,4	17,7	15,1	18,3	14,6
2.500 bis unter 3.000 Euro	18,2	19,7	16,6	18,3	18,1
3.000 bis unter 3.500 Euro	16,5	16,6	16,5	14,2	18,9
3.500 bis unter 4.000 Euro	10,8	9,6	12,2	11,3	10,3
4.000 Euro und mehr	14,1	13,8	14,4	11,8	16,3
Anzahl der Verdienere im Haushalt					
1 Person	21,3	19,8	23,0	22,2	20,4
2 Personen	76,7	78,4	75,0	76,0	77,5
3 Personen und mehr	1,6	1,6	1,7	1,4	1,9
Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum Kind					
Mutter	87,3	85,9	88,9	88,9	85,8
Vater	11,6	13,1	10,1	10,5	12,8
andere erziehungsberechtigte Person	1,1	1,1	1,0	0,7	1,4

Lesebeispiel

76,7% der 6- bis 13-Jährigen leben in einem Haushalt mit zwei Verdienern.

Soziodemografie der 6- bis 13-Jährigen in Prozent (Fortsetzung)

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Alter des befragten Erziehungsberechtigten					
18 bis unter 30 Jahre	3,3	3,0	3,5	6,3	0,2
30 bis unter 40 Jahre	49,9	48,3	51,6	62,1	37,9
40 bis unter 50 Jahre	43,0	44,4	41,5	30,3	55,5
50 bis unter 60 Jahre	3,6	3,8	3,4	1,4	5,8
60 Jahre und älter	0,3	0,5	0,1	0,0	0,6
Schulbildung des Hauptverdieners					
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	23,2	23,4	23,1	24,8	21,7
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	32,0	31,8	32,2	34,3	29,7
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	30,6	32,0	29,1	27,9	33,3
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	13,4	12,1	14,8	12,3	14,5
Berufstätigkeit des Hauptverdieners					
berufstätig	95,4	95,2	95,6	94,7	96,1
zurzeit arbeitslos	3,1	2,6	3,7	4,0	2,3
Rentner, Pensionär	0,3	0,5	0,1	0,1	0,6
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0
nicht berufstätig	0,9	1,2	0,6	1,1	0,7
Berufsgruppe des Hauptverdieners					
Selbständige/ Freiberufler	7,8	8,0	7,6	6,1	9,6
Leitende Angestellte	16,0	15,0	17,1	15,6	16,5
sonstige Angestellte	47,5	47,8	47,1	50,2	44,7
Beamte	5,6	4,8	6,5	4,6	6,7
Arbeiter	22,7	23,8	21,4	23,0	22,3
Schulbildung der haushaltsführenden Person					
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	22,5	22,6	22,4	24,2	20,8
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	42,2	42,0	42,5	45,3	39,3
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	27,4	28,5	26,3	23,4	31,4
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	7,4	6,7	8,3	6,8	8,0
Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person					
berufstätig	86,1	86,5	85,7	83,2	89,0
zurzeit arbeitslos	4,7	3,7	5,7	5,8	3,6
Rentner, Pensionär	0,8	1,0	0,5	0,2	1,3
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	0,2	0,4	0,0	0,4	0,0
nicht berufstätig	7,9	7,9	7,8	10,1	5,7
Berufsgruppe der haushaltsführenden Person					
Selbständige/ Freiberufler	2,7	2,4	3,0	2,5	2,9
Leitende Angestellte	5,4	5,1	5,8	3,9	7,0
sonstige Angestellte	74,1	74,9	73,4	75,4	72,9
Beamte	2,8	2,6	3,0	2,5	3,1
Arbeiter	13,8	14,1	13,6	14,2	13,4

Lesebeispiel
95,4% der Hauptverdiener in den Haushalten der 6- bis 13-Jährigen sind berufstätig.

Soziodemografie der 6- bis 13-Jährigen in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
Geschlecht					
männlich	3.019	3.019	0	1.501	1.518
weiblich	2.854	0	2.854	1.421	1.433
Alter					
6 Jahre	737	379	358	737	0
7 Jahre	721	370	351	721	0
8 Jahre	738	379	359	738	0
9 Jahre	727	374	353	727	0
10 Jahre	746	383	363	0	746
11 Jahre	742	382	360	0	742
12 Jahre	727	375	352	0	727
13 Jahre	736	378	357	0	736
Schulbesuch					
Grundschule	3.112	1.612	1.500	2.625	487
Hauptschule	234	131	103	0	234
Realschule	816	420	396	14	802
Gymnasium	1.016	468	548	9	1.008
Gesamtschule	405	234	171	28	377
andere Schule	45	38	8	3	42
noch nicht eingeschult	244	117	127	244	0
Personen im Haushalt					
2 Personen	498	210	288	221	277
3 Personen	2.184	1.082	1.102	1.015	1.169
4 Personen	2.640	1.432	1.208	1.426	1.213
5 Personen und mehr	551	295	256	260	291
Haushaltsnettoeinkommen					
unter 1.000 Euro	64	41	23	49	15
1.000 bis unter 1.500 Euro	192	68	124	110	82
1.500 bis unter 2.000 Euro	525	243	283	293	232
2.000 bis unter 2.500 Euro	965	533	432	534	431
2.500 bis unter 3.000 Euro	1.070	595	475	536	534
3.000 bis unter 3.500 Euro	972	501	470	415	557
3.500 bis unter 4.000 Euro	637	290	347	331	305
4.000 Euro und mehr	827	416	411	345	482
Anzahl der Verdiener im Haushalt					
1 Person	1.252	596	655	650	602
2 Personen	4.507	2.368	2.139	2.220	2.287
3 Personen und mehr	96	48	48	40	56
Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum Kind					
Mutter	5.129	2.592	2.537	2.597	2.532
Vater	682	395	288	306	377
andere erziehungsberechtigte Person	62	32	29	20	42

Lesebeispiel

4,51 Mio. der 6- bis 13-Jährigen leben in einem Haushalt mit zwei Verdienern.

Soziodemografie der 6- bis 13-Jährigen in Tausend (Fortsetzung)

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	1.998	1.027	971	994	1.004
in Tsd.	5.873	3.019	2.854	2.922	2.951
Alter des befragten Erziehungsberechtigten					
18 bis unter 30 Jahre	191	91	100	184	7
30 bis unter 40 Jahre	2.931	1.459	1.472	1.813	1.118
40 bis unter 50 Jahre	2.523	1.340	1.183	886	1.637
50 bis unter 60 Jahre	210	114	96	39	170
60 Jahre und älter	18	15	3	0	18
Schulbildung des Hauptverdieners					
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	1.365	707	658	724	641
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	1.880	960	920	1.002	877
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	1.798	967	830	814	983
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	787	365	422	359	428
Berufstätigkeit des Hauptverdieners					
berufstätig	5.602	2.874	2.728	2.767	2.835
zurzeit arbeitslos	184	79	105	115	68
Rentner, Pensionär	19	16	3	1	18
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	4	4	0	4	0
nicht berufstätig	53	36	17	31	22
Berufsgruppe des Hauptverdieners					
Selbständige/ Freiberufler	460	243	217	178	282
Leitende Angestellte	942	454	488	455	488
sonstige Angestellte	2.788	1.444	1.344	1.468	1.320
Beamte	330	144	187	133	197
Arbeiter	1.330	719	612	673	658
Schulbildung der haushaltsführenden Person					
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	1.322	682	640	708	614
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	2.481	1.268	1.213	1.323	1.159
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	1.608	859	749	683	925
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	437	201	236	200	237
Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person					
berufstätig	5.056	2.611	2.445	2.432	2.625
zurzeit arbeitslos	274	112	162	169	105
Rentner, Pensionär	45	31	14	7	38
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	12	12	0	12	0
nicht berufstätig	462	239	223	294	168
Berufsgruppe der haushaltsführenden Person					
Selbständige/ Freiberufler	159	73	86	73	86
Leitende Angestellte	319	155	164	113	206
sonstige Angestellte	4.355	2.260	2.095	2.205	2.150
Beamte	162	77	85	72	91
Arbeiter	812	425	387	416	396

Lesebeispiel

0,46 Mio. der Hauptverdiener in den Haushalten der 6- bis 13-Jährigen sind Selbständige/ Freiberufler.

Soziodemografie der 4- bis 5-Jährigen in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
Geschlecht			
männlich	51,4	100,0	0,0
weiblich	48,6	0,0	100,0
Alter			
4 Jahre	50,9	50,9	50,9
5 Jahre	49,1	49,1	49,1
Kindergarten-/ Schulbesuch			
Kindergarten/ Hort/ Kita	94,7	96,5	92,8
Schule	0,4	0,0	0,8
weder Kindergarten noch Schule	4,8	3,5	6,3
Personen im Haushalt			
2 Personen	8,6	8,8	8,3
3 Personen	45,2	44,2	46,2
4 Personen	37,8	37,9	37,7
5 Personen und mehr	8,5	9,1	7,8
Haushaltsnettoeinkommen			
unter 1.000 Euro	2,0	2,2	1,9
1.000 bis unter 1.500 Euro	4,0	4,6	3,4
1.500 bis unter 2.000 Euro	8,7	9,7	7,7
2.000 bis unter 2.500 Euro	16,9	15,3	18,5
2.500 bis unter 3.000 Euro	18,7	23,3	13,9
3.000 bis unter 3.500 Euro	17,5	17,2	17,8
3.500 bis unter 4.000 Euro	11,4	10,4	12,3
4.000 Euro und mehr	10,7	9,0	12,5
Anzahl der Verdiener im Haushalt			
1 Person	31,0	32,4	29,5
2 Personen	67,5	65,6	69,4
3 Personen und mehr	1,6	2,0	1,1
Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum Kind			
Mutter	88,9	86,4	91,5
Vater	10,5	13,6	7,3
andere erziehungsberechtigte Person	0,6	0,0	1,2

Lesebeispiel

37,8% der 4- bis 5-Jährigen leben in einem Haushalt mit vier Personen.

Soziodemografie der 4- bis 5-Jährigen in Prozent (Fortsetzung)

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
in %	100,0	100,0	100,0
Alter des befragten Erziehungsberechtigten			
18 bis unter 30 Jahre	19,8	19,7	19,8
30 bis unter 40 Jahre	67,2	66,2	68,3
40 bis unter 50 Jahre	11,8	14,1	9,4
50 bis unter 60 Jahre	1,0	0,0	2,0
60 Jahre und älter	0,3	0,0	0,5
Schulbildung des Hauptverdieners			
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	22,2	24,8	19,4
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	30,5	29,0	32,1
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	31,9	32,2	31,7
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	14,8	12,9	16,8
Berufstätigkeit des Hauptverdieners			
berufstätig	92,9	91,4	94,5
zurzeit arbeitslos	3,5	4,4	2,5
Rentner, Pensionär	0,4	0,3	0,5
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	0,4	0,0	0,8
nicht berufstätig	1,7	2,2	1,3
Berufsgruppe des Hauptverdieners			
Selbständige/ Freiberufler	6,2	6,5	5,8
Leitende Angestellte	15,8	15,0	16,5
sonstige Angestellte	54,4	51,1	58,0
Beamte	4,9	4,8	5,0
Arbeiter	18,1	21,6	14,4
Schulbildung der haushaltsführenden Person			
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	22,1	23,4	20,7
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	40,4	41,2	39,6
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	29,7	30,9	28,5
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	7,4	4,4	10,5
Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person			
berufstätig	70,2	68,3	72,3
zurzeit arbeitslos	5,9	6,9	4,8
Rentner, Pensionär	0,7	0,9	0,5
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	1,1	0,9	1,4
nicht berufstätig	20,6	21,0	20,3
Berufsgruppe der haushaltsführenden Person			
Selbständige/ Freiberufler	1,8	0,3	3,4
Leitende Angestellte	3,0	1,7	4,3
sonstige Angestellte	77,9	79,1	76,5
Beamte	3,4	4,6	2,1
Arbeiter	11,7	11,5	11,8

Lesebeispiel

67,2% der befragten Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen sind 30 bis unter 40 Jahre alt.

Soziodemografie der 4- bis 5-Jährigen in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	513	263	249	
in Tsd.	1.506	774	732	
Geschlecht				
männlich	774	774	0	
weiblich	732	0	732	
Alter				
4 Jahre	767	394	373	
5 Jahre	740	380	360	
Kindergarten-/ Schulbesuch				
Kindergarten/ Hort/ Kita	1.427	747	680	
Schule	6	0	6	
weder Kindergarten noch Schule	73	27	46	
Personen im Haushalt				
2 Personen	129	68	61	
3 Personen	680	342	338	
4 Personen	569	293	276	
5 Personen und mehr	128	70	57	
Haushaltsnettoeinkommen				
unter 1.000 Euro	31	17	14	
1.000 bis unter 1.500 Euro	60	35	25	
1.500 bis unter 2.000 Euro	132	75	57	
2.000 bis unter 2.500 Euro	254	119	135	
2.500 bis unter 3.000 Euro	282	180	102	
3.000 bis unter 3.500 Euro	263	133	130	
3.500 bis unter 4.000 Euro	171	81	90	
4.000 Euro und mehr	162	70	92	
Anzahl der Verdiener im Haushalt				
1 Person	466	251	216	
2 Personen	1.016	508	509	
3 Personen und mehr	23	16	8	
Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum Kind				
Mutter	1.339	669	670	
Vater	159	105	53	
andere erziehungsberechtigte Person	9	0	9	

Lesebeispiel

73 Tsd. der 4- bis 5-Jährigen gehen weder in den Kindergarten noch in die Schule.

Soziodemografie der 4- bis 5-Jährigen in Tausend (Fortsetzung)

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	513	263	249
in Tsd.	1.506	774	732
Alter des befragten Erziehungsberechtigten			
18 bis unter 30 Jahre	298	152	145
30 bis unter 40 Jahre	1.012	512	500
40 bis unter 50 Jahre	178	109	69
50 bis unter 60 Jahre	14	0	14
60 Jahre und älter	4	0	4
Schulbildung des Hauptverdieners			
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	334	192	142
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	460	225	235
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	481	249	232
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	223	100	123
Berufstätigkeit des Hauptverdieners			
berufstätig	1.399	707	692
zurzeit arbeitslos	53	34	18
Rentner, Pensionär	6	2	4
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	6	0	6
nicht berufstätig	26	17	9
Berufsgruppe des Hauptverdieners			
Selbständige/ Freiberufler	93	50	43
Leitende Angestellte	237	116	121
sonstige Angestellte	820	395	425
Beamte	74	37	36
Arbeiter	273	167	105
Schulbildung der haushaltsführenden Person			
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	332	181	151
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	609	319	290
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	448	239	209
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	111	34	77
Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person			
berufstätig	1.058	528	530
zurzeit arbeitslos	88	53	35
Rentner, Pensionär	10	7	3
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	17	7	10
nicht berufstätig	311	162	148
Berufsgruppe der haushaltsführenden Person			
Selbständige/ Freiberufler	27	2	25
Leitende Angestellte	45	13	31
sonstige Angestellte	1.173	612	561
Beamte	51	36	16
Arbeiter	176	89	87

Lesebeispiel

1,4 Mio. der Hauptverdiener in den Haushalten der 4- bis 5-Jährigen sind berufstätig.

Methodenbericht

KiMMo 2020

1 Aufbau der Untersuchung

1.1 Untersuchungstyp

Mit dem Kinder Medien Monitor 2020 (KiMMo) wird eine Markt-Media-Studie vorgestellt, in der Medien- und ergänzende Informationen zu Kindern im Alter von 4 bis 13 Jahren dargestellt werden.

Durch Erfahrungen mit der KMS, der KidsVA und ihren Vorläufern, die deutlich die Grenzen der Belastbarkeit von Kindern und Jugendlichen durch Fragebogenlänge aufgezeigt haben, wurde die Erhebung beschränkt auf den bei dieser Zielgruppe realisierbaren Umfang. Fragebogenlängen, die bei Erwachsenen noch durchgeführt werden können, sind bei dieser Zielgruppe nicht durchsetzbar, ohne dass dabei die Qualität der Daten erheblich leidet.

Deshalb wurden einige Fragen nur den Erziehungsberechtigten gestellt. Im Doppel-Interview wurden bei den 6- bis 13-Jährigen ein Kind und ein Erziehungsberechtigter befragt. Dadurch wird zusätzlich der Empfehlung des ADM Folge geleistet, dass Minderjährige unter 14 Jahren nicht ohne Einwilligung eines in der Wohnung anwesenden Erziehungsberechtigten interviewt werden dürfen. Es war den Kindern (6 bis 13 Jahre) freigestellt, die Fragen allein oder in Anwesenheit des Erziehungsberechtigten zu beantworten.

Die Zielgruppe der 6- bis 13-Jährigen wird um Informationen zu 4- und 5-jährigen Kindern (Preschool) ergänzt. Dazu wurde der Gesamtfragebogen im Hinblick auf relevante Inhalte für die 4- und 5-Jährigen gekürzt. Diese Fragen wurden komplett von den Erziehungsberechtigten beantwortet.

1.2 Auftraggeber

Auftraggeber des Kinder Medien Monitors 2020 sind Egmont Ehapa Media GmbH, Gruner + Jahr GmbH & Co KG, Panini Verlags GmbH, SPIEGEL-Verlag und Zeit Verlag.

1.3 Konzeption

Sämtliche Phasen des Projekts wurden in enger Zusammenarbeit zwischen den KiMMo-Trägerverlagen und der Immediate GmbH, Bremen, konzipiert.

1.4 Feldinstitute

Die Interviews wurden von

- Krämer Marktforschung GmbH, Münster
- forsa marplan Markt- und Mediaforschungsgesellschaft mbH, Frankfurt am Main

erhoben.

2 Statistische Anlage der Untersuchung

2.1 Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit des KiMMo 2020 ist die Wohnbevölkerung im Alter von 6 bis 13 Jahren in Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland mit 5,87 Millionen Personen sowie 1,51 Millionen 4- bis 5-Jährige. Analog der ma umfasst die Grundgesamtheit des KiMMo 2020 nicht nur Kinder in deutschen Privathaushalten, sondern bezieht sich insgesamt auf die deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland.

2.2 Auswahlverfahren

Bei einer Inzidenz der Zielgruppe von insgesamt nur 13,2% in der Gesamtbevölkerung (6 bis 13 Jahre: 10,9%, 4 bis 5 Jahre: 4,0%) ist das Quotenverfahren eine geeignete Methode, um eine Zielperson auszuwählen. Die einzelnen Quotenzellen wurden hierbei vom koordinierenden Institut nach Vorlage der Ergebnisse des Mikrozensus vorgegeben. Dabei wurden folgende Variablen berücksichtigt:

- Alter
- Geschlecht
- Bundesland
- Geschwister im Haushalt (4 bis 13 Jahre)
- Ortsgröße politisch

Zusätzlich zu den oben aufgeführten Vorgaben und deren Verknüpfungen wurden vom koordinierenden Institut in Großstädten ab 500.000 Einwohnern Quoten für Stadtteile vorgegeben, um eine möglichst gute Abdeckung aller sozialen Schichten zu erreichen.

2.3 Zeitmodell der Stichprobe

Der KiMMo setzt aus Gründen der Titelerhebung, bei der konkrete Cover zu identifizieren sind, auf einem spezifischen Zeitmodell auf. Die letzten 12 Monate dienen zumeist als Bezugsgröße. Das bedeutet für Monatsobjekte die letzten 10 bis 11 Monatsausgaben des letzten Jahres (hier 2019) sowie die erste oder die ersten zwei Ausgaben des Jahres 2020 . Bei Titeln mit 2-monatlicher Erscheinungsweise werden die letzten sechs Ausgaben, die bis zu einem Stichtag Mitte Januar erschienen sind, berücksichtigt. Das sind zumeist die sechs Ausgaben des letzten Jahres oder fünf des letzten und die erste Ausgabe des aktuellen Jahres. Damit wird vermieden, dass sich die Erhebung auf 24 Monate ausweitete. Dieser Bezugsraum determiniert auch den Starttermin der Feldzeit von Mitte Februar 2020 an, wobei die letzte Ausgabe des zuletzt erschienenen Objekts noch die Gelegenheit haben musste, Leser einzusammeln.

3 Erhebungsmethode

3.1 Feldmodell

Der KiMMo 2020 wird nach einem rollierenden Feldmodell durchgeführt, bei dem jeweils zwei Befragungswellen zusammengefügt werden. Durch die Zusammenfassung der methodisch gleichen KMS-Welle 2019 und der KiMMo-Welle 2020 ergibt sich ein ungewichteter Datenbestand von insgesamt 2.007 Fällen für die 6- bis 13-Jährigen und 504 Fällen für die Preschooler.

3.2 Befragungstyp

In dem KiMMo 2020 wurden die 6- bis 13-Jährigen per C.A.P.I. (Computer Assisted Personal Interviewing) und C.A.S.I. (Computer Assisted Self Interviewing) befragt. Dabei wurden die Daten zunächst beim Kind und im Anschluss beim Erziehungsberechtigten erhoben. Auch die Befragung des Erziehungsberechtigten für die Preschool-Untersuchung wurde per C.A.P.I./ C.A.S.I. durchgeführt.

Für die C.A.P.I./ C.A.S.I.-Befragungen wurde den Feldinstituten von der Immediate GmbH eine einheitliche Fragebogen-Software mit zwei Fragebogen-Versionen, je nach Alter des Kindes, zur Verfügung gestellt. Unterstützt wurde die Befragung im C.A.P.I.-Fragebogen durch Listen mit möglichen Antwortvorgaben.

3.3 Media-Abfrage

Die Nutzung der Titel wurde per C.A.S.I. erhoben, um den möglichen Interviewer-Einfluss zu minimieren. Dabei übergibt der Interviewer das Notebook an den Befragten, der selbst die notwendigen Eingaben vornimmt. Hierbei stand der Interviewer bei Bedarf helfend zur Seite. Bei der Preschool-Erhebung bekommt der Erziehungsberechtigte im C.A.S.I.-Teil nur eine Auswahl von Titeln, die für ein Kind der Altersklasse 4 bis 5 Jahre relevant sind.

Im Sinne des ZAW-Rahmenschemas und der DIN-EN 15707:2008 wurde angestrebt, mit den abgefragten Titeln den Kinder-Kaufzeitschriften-Markt möglichst umfänglich abzubilden. Ausgewiesen werden nur die Titel der Herausgeberverlage. Leistungsvergleiche beziehen sich ausschließlich auf den durch diese Studie abgedeckten Teilmarkt.

Bewährt hat sich bei dieser Zielgruppe die Erhebung der Titel-Nutzungs-Daten via Titelseiten-Identifikations-Modell (TIM).

Zunächst wurde für jeden Titel im Generalfilter abgefragt, ob das Kind den Titel schon gelesen, angeschaut oder darin geblättert hat. Zur visuellen Unterstützung erschien hierbei jeweils eine Collage mit mehreren Ausgaben des Titels. Auf Basis des Generalfilters wurde im zweiten Schritt für die jeweiligen Titel die Nutzung der Einzelausgaben anhand der Titelseiten erhoben. Jeweils sechs Ausgaben wurden auf einer Bildschirmseite absteigend in ihrer Aktualität visualisiert. Jede Ausgabe, die das Kind gelesen, angeschaut oder durchgeblättert hatte, war anzuklicken.

3.4 Liste der im KiMMo 2020 untersuchten und ausgewiesenen Ausgaben

Titel	Verlag	Erscheinungs- weise	Preschool	Abgefragte Heft-Nummern
Barbie	Egmont Ehapa	monatlich	ja	3/19 bis 10/19, 1/20, 2/20
Bob der Baumeister	Panini	monatlich	ja	2/19 bis 13/19
Dein Spiegel	Spiegel	monatlich	nein	3/19 bis 12/19, 1/20, 2/20
Disney Cars	Egmont Ehapa	monatlich	ja	2/19 bis 12/19, 1/20
Disney Die Eiskönigin	Egmont Ehapa	monatlich	ja	3/19 bis 12/19, 1/20, 2/20
Disney Lustiges Taschenbuch	Egmont Ehapa	4-wöchentlich	ja	516 bis 527
Disney Prinzessin	Egmont Ehapa	monatlich	ja	3/19 bis 12/19, 1/20, 2/20
Disney Winnie Puuh	Egmont Ehapa	monatlich	ja	3/19 bis 10/19, 1/20, 2/20
Donald Duck Sonderheft	Egmont Ehapa	monatlich	ja	381 bis 392
Feuerwehrmann Sam	Panini	monatlich	ja	2/19 bis 13/19
Galileo genial	Egmont Ehapa	monatlich	ja	3/19 bis 10/19, 1/20, 2/20
GEOlino	Gruner + Jahr	4-wöchentlich	nein	4/19 bis 13/19, 1/20, 2/20
GEOlino Extra	Gruner + Jahr	2-monatlich	nein	75 bis 80
GEOlino mini (abgefragt als GEOmini)	Gruner + Jahr	4-wöchentlich	ja	4/19 bis 13/19, 1/20, 2/20
Just Kick-It!	Panini	monatlich	ja	2/19 bis 12/19, 1/20
Mädchen	Egmont Ehapa	monatlich	nein	4/19 bis 13/19, 1/20, 2/20
Micky Maus Magazin	Egmont Ehapa	2-wöchentlich	ja	6/19 bis 26/19, 2/20 *
Miraculous	Panini	2-monatlich	ja	1/19 bis 6/19
Paw Patrol	Panini	monatlich	ja	2/19 bis 13/19
Peppa Pig	Panini	2-monatlich	ja	1/19 bis 6/19
Pokémon	Panini	monatlich	ja	135 bis 146
Popcorn	Egmont Ehapa	monatlich	nein	4/19 bis 13/19, 1/20, 2/20
Wendy	Egmont Ehapa	3-wöchentlich	ja	9/19 bis 18/19, 1/20, 2/20
ZEIT leo	Zeit-Verlag	8 mal jährlich	nein	1/19 bis 8/19

* jede zweite der Ausgaben ab der ersten aus diesem Zeitraum

Für die Teilnahme der Titel an der Studie mussten folgende Voraussetzungen im Erhebungszeitraum erfüllt sein:

Der Zielgruppen-Schwerpunkt der Zeitschriften musste in der Altersgruppe der 4- bis 13-Jährigen liegen. Außerdem war mindestens eine 2-monatliche Erscheinungsweise erforderlich. Bis zu einem Stichtag kurz vor Beginn der Erhebung mussten mindestens sechs Ausgaben des Titels erschienen sein.

3.5 Interview-Dauer

Die folgende Tabelle enthält Angaben zur Dauer der Interviews der KiMMo Welle 2020 :

Dauer in Minuten	6-13 Jahre Kinder- C.A.P.I.-Interview	4-5 Jahre Gesamt- C.A.P.I.-Interview
bis 19 Minuten	23,5	9,7
20 bis 29 Minuten	30,5	38,1
30 bis 39 Minuten	23,6	30,4
40 bis 49 Minuten	13,7	14,7
50 bis 59 Minuten	4,7	5,6
60 Minuten und länger	4,0	1,6
Durchschnitt	30 Minuten	32 Minuten

4 Durchführung der Untersuchung

4.1 Zeitlicher Ablauf

Erstellung der Fragebögen	November bis Dezember 2019
Programmierung der Fragebogen-Software	Dezember 2019 bis Februar 2020
Feldzeit Welle 2019	13. Februar bis 02. April 2019
Feldzeit Welle 2020	17. Februar bis 04. April 2020
Datenaufbereitung	April bis Mai 2020
Redressement	Mai 2020
Codeplan-Konzeption	Juni 2020
Erstellung des Berichtsbandes	Juni 2020
Bereitstellung des Datensatzes	Juni 2020

4.2 Quoten-Kontrolle

Den beteiligten Feldinstituten wurde ein Online-Reporting-Tool zur Verfügung gestellt, um die Einhaltung der vorgegebenen Quoten täglich kontrollieren zu können. Damit konnten jedem Interviewer Informationen gegeben werden, welche Quoten in seiner Region noch offen sind. Mögliche Befragungen wurden nach Rückmeldung des Interviewers vom Feldinstitut freigegeben. Somit konnte sichergestellt werden, dass die einzelnen Quotenzellen nicht zu stark übererfüllt wurden. Der Status der Quoten-Erfüllung wurde bei jeder Übertragung neuer Interviews aktualisiert.

4.3 Erfüllung der Quoten-Vorgaben 2020

	6 bis 13 Jahre				Preschool 4 bis 5 Jahre			
	Soll 1.000		Ist 1.009		Soll 250		Ist 255	
Geschlecht								
männlich	514	51%	518	51%	128	51%	128	50%
weiblich	486	49%	491	49%	122	49%	127	50%
Alter								
4 Jahre	-	-%	-	-%	127	51%	130	51%
5 Jahre	-	-%	-	-%	123	49%	125	49%
6 Jahre	125	13%	123	12%	-	-%	-	-%
7 Jahre	123	12%	126	12%	-	-%	-	-%
8 Jahre	126	13%	130	13%	-	-%	-	-%
9 Jahre	124	12%	134	13%	-	-%	-	-%
10 Jahre	127	13%	120	12%	-	-%	-	-%
11 Jahre	126	13%	133	13%	-	-%	-	-%
12 Jahre	124	12%	114	11%	-	-%	-	-%
13 Jahre	125	13%	129	13%	-	-%	-	-%
Bundesland								
Schleswig-Holstein	35	4%	44	4%	9	4%	9	4%
Hamburg	22	2%	26	3%	6	2%	9	4%
Niedersachsen	97	10%	106	11%	24	10%	29	11%
Bremen	8	1%	9	1%	2	1%	3	1%
Nordrhein-Westfalen	219	22%	224	22%	53	21%	54	21%
Hessen	77	8%	78	8%	19	8%	14	5%
Rheinland-Pfalz	48	5%	49	5%	12	5%	14	5%
Baden-Württemberg	137	14%	123	12%	34	14%	28	11%
Bayern	156	16%	155	15%	39	16%	40	16%
Saarland	11	1%	10	1%	3	1%	1	0%
Berlin	44	4%	45	4%	12	5%	14	5%
Brandenburg	31	3%	30	3%	8	3%	9	4%
Mecklenburg-Vorpommern	19	2%	19	2%	5	2%	5	2%
Sachsen	48	5%	43	4%	12	5%	14	5%
Sachsen-Anhalt	24	2%	24	2%	6	2%	6	2%
Thüringen	24	2%	24	2%	6	2%	6	2%
Geschwister im Haushalt (4 bis 13 Jahre)								
ja	572	57%	578	57%	125	50%	106	42%
nein	428	43%	431	43%	125	50%	149	58%
Gemeindegrößenklasse (politisch)								
unter 50.000 Einwohner	599	60%	602	60%	147	59%	142	56%
50.000 - 100.000 Einwohner	91	9%	95	9%	21	8%	22	9%
100.000 - 500.000 Einwohner	147	15%	145	14%	37	15%	43	17%
500.000 und mehr Einwohner	163	16%	167	17%	45	18%	48	19%

Durch das Online-Reporting-Tool war es sowohl den Feldinstituten als auch dem koordinierenden Institut möglich, die Erfüllung der Quoten schon während der Feldzeit täglich zu kontrollieren und gegebenenfalls nachzusteuern. Dadurch ist es gelungen, eine Stichprobe zu bilden, die eine hohe Übereinstimmung mit den Ergebnissen der amtlichen Statistik bezüglich der Verteilung der Quoten-Merkmale erzielt.

4.4 Interviewer-Kontrollen

Die Interviewer, die an dem KiMMo 2020 mitgearbeitet haben, verfügten alle über Erfahrungen im Bereich Media- bzw. C.A.P.I.-Untersuchungen sowie mit Befragungen bei dieser besonderen Zielgruppe der Minderjährigen. Die Einweisung in die Befragung erfolgte detailliert in schriftlicher Form.

Zum Aufspielen der Fragebogen-Software auf das Notebook erhielten alle Interviewer eine Installationsanweisung. Außerdem mussten Testinterviews durchgeführt werden, um den sicheren Umgang mit der Software zu gewährleisten. Eventuelle Rückfragen konnten mit dem Feldinstitut besprochen werden.

Insgesamt wurden bei über 20% der eingegangenen Interviews Kontaktkontrollen durchgeführt. Dabei wurde die Zielperson, in diesem Fall der Erziehungsberechtigte des befragten Kindes, schriftlich bzw. telefonisch kontaktiert, um das Interview zu bestätigen. Zusätzlich erfolgte eine genaue Prüfung zweifelhafter Interviews. Hierbei wurde der Kontakt sowohl beim Interviewer als auch im Haushalt nachgefragt. Interviews, die von der Zielperson nicht bestätigt werden konnten, wurden gelöscht.

5 Datenübertragung und -verarbeitung

5.1 Übermittlung und Kontrolle

Sowohl beendete als auch unterbrochene Interviews wurden von den Feldinstituten täglich über den bereitgestellten Web-Service übermittelt. Abgeschlossene Interviews wurden schon beim Eingang automatisch geprüft, u.a. auf Vollständigkeit der Quotenmerkmale, Plausibilität der Start- und Endzeiten des Interviews, Interviewdauer oder Leseverhalten des Befragten. Dabei wurden auffällige Interviews auf der Web-Seite als zweifelhaft markiert und waren sowohl für das koordinierende Institut als auch für die Feldinstitute einzusehen. Die Interviews konnten daraufhin einer gezielten Kontrolle unterzogen und gegebenenfalls gelöscht werden.

Zusätzlich zu den automatischen Prüfungen der Interviews wurden vom koordinierenden Institut Kontrollen auf Einzelfall-Ebene durchgeführt. Berücksichtigt wurden beispielsweise Dubletten-Prüfungen insgesamt, nach Instituten, Interviewern oder Haushalten. Ebenso wurden Verweildauern zwischen den Interviews allgemein und gegebenenfalls in Verbindung mit einem Ortswechsel des Interviewers geprüft. Hierbei auffällige Interviews wurden den Feldinstituten zur erneuten Kontrolle gemeldet.

5.2 Bereinigung

Die Daten aus der Kinder- und Elternbefragung wurden umfassenden Plausibilitätsprüfungen unterzogen, die sämtliche Fragen und deren Querverbindungen berührte.

5.3 Redressement

Die Vorgabe von Quoten und deren Erfüllung erzielte bereits eine hohe Übereinstimmung mit den amtlichen Daten. Restabweichungen wurden durch Gewichtung an die Soll-Vorgaben des Mikrozensus 2018 angepasst.

Die Befragungswellen wurden zunächst für sich gewichtet. Bei der abschließenden Gewichtung wurde ein 50:50-Verhältnis der beiden Wellen hergestellt. Für die Preschooler geschieht dies analog.

Die hierfür herangezogenen Variablen enthalten folgende Merkmale, sowie deren Verknüpfungen:

1. Geschlecht (2)
2. Bundesland (16)
3. Alter (10)
4. Geschlecht (2) $\times$ West/Ost (2)
5. Alter (10) $\times$ West/Ost (2)
6. Geschlecht (2) $\times$ West/Ost (2) $\times$ Alter (10)
7. Geschlecht (2) $\times$ Bundesland (12)*
8. Geschlecht (2) $\times$ Alter (10)
9. Geschlecht (2) $\times$ Alter (5)* $\times$ Bundesland (12)*
10. Schulbildung des Hauptverdieners (3)
11. Geschwister (2)
12. Alter (10) $\times$ Geschwister (2)

Aufgrund der geringen Fallzahl einiger Zellen (siehe Punkte 7 und 9 im Zellenplan) wurden die Variablen Bundesland bzw. Alter zusammengefasst (*):

Bei den Bundesländern sind das

Schleswig-Holstein und Hamburg
Niedersachsen und Bremen
Rheinland-Pfalz und Saarland
Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern.

Die fünf Altersklassen setzen sich zusammen aus

4 und 5 Jahre
6 und 7 Jahre
8 und 9 Jahre
10 und 11 Jahre
12 und 13 Jahre.

Im Datensatz der 4- bis 13-Jährigen entspricht die gewichtete der ungewichteten Fallzahl von 2.511.

5.4 Soziodemografischer Strukturvergleich nach Gewichtung

Nach der Gewichtung ergibt sich folgender soziodemografischer Strukturvergleich:

	6 bis 13 Jahre		Preschool 4 bis 5 Jahre	
	Amtliche Statistik	KiMMo 2020	Amtliche Statistik	KiMMo 2020
Basis = 100%	5,87 Mio.	1.998 Fälle	1,51 Mio.	513 Fälle
Geschlecht				
Jungen	51,4	51,4	51,2	51,4
Mädchen	48,6	48,6	48,8	48,6
Alter				
4 Jahre	-	-	50,8	50,9
5 Jahre	-	-	49,2	49,1
6 Jahre	12,5	12,5	-	-
7 Jahre	12,3	12,3	-	-
8 Jahre	12,6	12,6	-	-
9 Jahre	12,4	12,4	-	-
10 Jahre	12,7	12,7	-	-
11 Jahre	12,6	12,6	-	-
12 Jahre	12,4	12,4	-	-
13 Jahre	12,5	12,5	-	-
Bundesland				
Schleswig-Holstein	3,5	3,5	3,6	3,3
Hamburg	2,2	2,2	2,4	2,4
Niedersachsen	9,7	9,7	9,6	9,5
Bremen	0,8	0,8	0,8	0,8
Nordrhein-Westfalen	21,9	21,9	21,2	21,6
Hessen	7,7	7,7	7,6	7,6
Rheinland-Pfalz	4,8	4,8	4,8	4,8
Baden-Württemberg	13,7	13,7	13,6	13,5
Bayern	15,6	15,6	15,6	15,8
Saarland	1,1	1,1	1,2	1
Berlin	4,4	4,3	4,8	4,8
Brandenburg	3,1	3	3,2	2,9
Mecklenburg-Vorpommern	1,9	1,9	2	1,8
Sachsen	4,8	4,8	4,8	5
Sachsen-Anhalt	2,4	2,4	2,4	2,4
Thüringen	2,4	2,4	2,4	2,5

5.5 Aktualisierungsfusionen

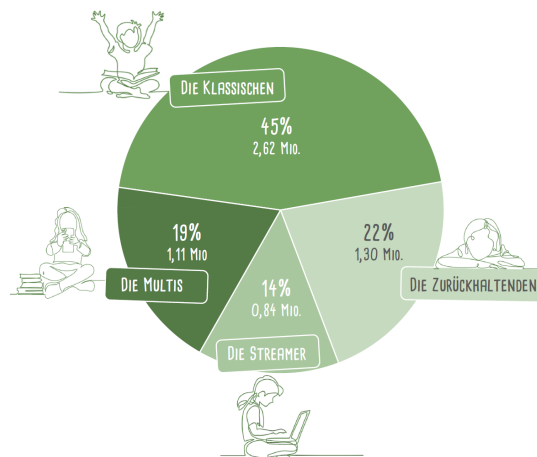
Durch die gemeinsame Publikation von zwei Befragungswellen ist es notwendig, neu in der aktuellen Welle erhobene Informationen durch Fusion in die 'Alt'-Welle zu übertragen. Durch dieses Vorgehen können aktuelle Daten und Fragestellungen auch in einem rollierenden System für alle Befragten ausgewertet werden.

Die Donoren (aktuelle Welle) und Rezipienten ('Alt'-Welle) wurden über ein mathematisches Optimierungsverfahren so verbunden, dass die Summe der Ähnlichkeitswerte für die verknüpften Fälle maximiert wird und die strukturellen Verhältnisse des Donorenbestands erhalten bleiben.

5.6 Typologie

Für den KiMMo 2020 wurde eine Mediennutzer-Typologie für die Altersgruppe der 6- bis 13-Jährigen erarbeitet. Diese beruht auf einer Clusteranalyse, bei der die Häufigkeit und die Art und Weise der Mediennutzung sowie die Kommunikationskanäle einbezogen wurden.

Die einzelnen Mediennutzer-Typen teilen sich wie folgt auf:



die Multis (Potenzial 18,9%)

Mit 19 Prozent bilden die Multis die drittgrößte Gruppe der Mediennutzungs-Typen. Sie sind ständig auf sämtlichen Medienplattformen und -kanälen unterwegs und kommunizieren überdurchschnittlich stark über alle verfügbaren Kommunikationskanäle und -Apps. Ebenso stark ausgeprägt wie ihre Liebe zu Medien ist ihr Markenbewusstsein. Besonders wichtig ist Ihnen die Marke, wenn es um ihre Verbindung zur Welt und ihr äußeres Erscheinungsbild geht: Handy, Kleidung und Sneaker stehen ganz oben auf ihrer Markenwunschliste. Mit einem Durchschnittsalter von zehn Jahren repräsentieren die Multis eher die etwas älteren Kinder. Sie kommen aus gut situierten und gebildeten Haushalten mit überdurchschnittlicher Akzeptanz für Medien jeder Art.

die Klassischen (Potenzial 44,5%)

Die Klassischen sind mit 45 Prozent die mit Abstand größte Gruppe der Mediennutzungs-Typen. Als Fans der linearen Welt spiegeln sie das zentrale Mediennutzungsverhalten wider und repräsentieren Kinder in jedem Alter und aus allen Haushalten. Ihr Fokus beim Medienkonsum liegt ganz klar auf dem laufenden Fernseh- und Radioprogramm, gelesen wird fast ausschließlich von Papier. Auch in der Kommunikation sind sie eher klassisch unterwegs. Sie reden und telefonieren gern und halten als einzige Gruppe Brief und Postkarte die Treue. Natürlich nutzen sie auch digitale Kanäle und Apps, um mit ihren Freunden zu kommunizieren, allerdings weit unterdurchschnittlich. Die Klassischen sind überdurchschnittlich markenbewusst, wenn es nicht gerade um ein Smartphone oder eine Spielekonsole geht.

die Zurückhaltenden (Potenzial 22,2%)

Mit 22 Prozent bilden die Zurückhaltenden die zweitgrößte und gleichzeitig die jüngste Gruppe der Mediennutzungs-Typen mit einem Durchschnittsalter von knapp neun Jahren. Lineares TV und Zeitschriften sind in dieser Gruppe die Medien der Wahl, insgesamt sind die Mediennutzung und das Kommunikationsverhalten über alle Kanäle hinweg allerdings weit unterdurchschnittlich. Ihre Zurückhaltung setzt sich fort im ebenfalls weit unterdurchschnittlichen Markenbewusstsein und der vergleichsweise geringen Medienakzeptanz ihrer Eltern, bei denen Zeitschriften mit Abstand am besten abschneiden. Die Zurückhaltenden kommen aus Haushalten mit eher unterdurchschnittlichem Bildungsniveau und Einkommen.

die Streamer (Potenzial 14,4%)

Die Streamer machen mit 14 Prozent die kleinste Gruppe der Mediennutzungs-Typen aus. Gleichzeitig bilden sie mit einem Durchschnittsalter von 11 Jahren die älteste Zielgruppe und sind in allen Bildungsschichten zuhause. Die Streamer sehen zwar wie alle Kinder auch das laufende Fernsehprogramm, ansonsten spielt sich ihr Leben aber in Streaming- und Videodiensten ab. Lesen nimmt eine untergeordnete Rolle ein. Ihre Leidenschaft für die digitale Welt spiegelt sich ganz deutlich auch in ihrem Kommunikationsverhalten wider. Wie kein Typ sonst nutzen die Streamer alle möglichen digitalen Kommunikationskanäle und -Apps. Eine Leidenschaft, die auch die Eltern teilen: Sie schenken dem Internet vergleichsweise viel Vertrauen und erfüllen ihren Kindern überdurchschnittlich deren Markenwünsche bei Handys und Spielekonsolen.

5.7 Berechnung der Titelreichweiten

Pro Titel wurden K1-Lesewahrscheinlichkeiten berechnet. Das ist das Verhältnis der Anzahl der als gelesen identifizierten Ausgaben zur Gesamtzahl der Chancen, die sich nach der Anzahl der jeweils abgefragten Ausgaben richtet. In der Regel sind das 12 Ausgaben bei Wochen-, 2-wöchentlichen und Monatstiteln. Bei Titeln, die 2-monatlich erscheinen, sind es 6 Ausgaben.

Der WLK wurde definiert über 'zumindest eine der zuletzt erschienenen konkreten Ausgaben gelesen oder durchgeblättert'. Die erhobenen und ausgewiesenen Ausgaben können der Tabelle in Kapitel 3.4 entnommen werden (siehe auch Kapitel 2.3).

6 Zusatz

Die Durchführung des Kinder Medien Monitors 2020 entspricht den Vorgaben der Europäischen Norm *EN 15707:2008: Printmedienanalysen - Begriffe und Dienstleistungen*.

Codepläne

KiMMo 2020

CODEPLAN

KiMMo 2020

Allgemeine Angaben

Identifikationsmerkmale

Satzlänge: 10000

Fall-Nummer 1-4

Gewicht KiMMo 4-13 30-34

Bundesland

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|----------------|
| Schleswig-Holstein | ☐ | 1830-1831
1 |
| Hamburg | ☐ | 2 |
| Niedersachsen | ☐ | 3 |
| Bremen..... | ☐ | 4 |
| Nordrhein-Westfalen | ☐ | 5 |
| Hessen | ☐ | 6 |
| Rheinland-Pfalz..... | ☐ | 7 |
| Baden-Württemberg | ☐ | 8 |
| Bayern | ☐ | 9 |
| Saarland | ☐ | 10 |
| Berlin..... | ☐ | 11 |
| Brandenburg | ☐ | 12 |
| Mecklenburg-Vorpommern | ☐ | 13 |
| Sachsen..... | ☐ | 14 |
| Sachsen-Anhalt | ☐ | 15 |
| Thüringen | ☐ | 16 |

Wohnortgrößenklasse politisch

- | | | |
|--|--------------------------|-----------|
| unter 2.000 Einwohner..... | ☐ | 1833
1 |
| 2.000 bis unter 5.000 Einwohner..... | ☐ | 2 |
| 5.000 bis unter 20.000 Einwohner..... | ☐ | 3 |
| 20.000 bis unter 50.000 Einwohner..... | ☐ | 4 |
| 50.000 bis unter 100.000 Einwohner..... | ☐ | 5 |
| 100.000 bis unter 500.000 Einwohner..... | ☐ | 6 |
| 500.000 Einwohner und mehr | ☐ | 7 |

Wohnortgrößenklasse nach BIK

- | | | |
|--|--------------------------|-----------|
| unter 2.000 Einwohner..... | ☐ | 1834
1 |
| 2.000 bis unter 5.000 Einwohner..... | ☐ | 2 |
| 5.000 bis unter 20.000 Einwohner..... | ☐ | 3 |
| 20.000 bis unter 50.000 Einwohner..... | ☐ | 4 |
| 50.000 bis unter 100.000 Einwohner..... | ☐ | 5 |
| 100.000 bis unter 500.000 Einwohner..... | ☐ | 6 |
| 500.000 Einwohner und mehr | ☐ | 7 |

CODEPLAN

KiMMo 6 bis 13 Jahre

Fragebogen für Kinder und Jugendliche

1 INT.: ALTER DES KINDES ERFRAGEN UND ANKLICKEN!

- | | | |
|----------------|--------------------------|--------------|
| 6 Jahre | ☐ | 311-312
6 |
| 7 Jahre | ☐ | 7 |
| 8 Jahre | ☐ | 8 |
| 9 Jahre | ☐ | 9 |
| 10 Jahre | ☐ | 10 |
| 11 Jahre | ☐ | 11 |
| 12 Jahre | ☐ | 12 |
| 13 Jahre | ☐ | 13 |

2 INT.: GESCHLECHT DES KINDES INFORMELL ANKLICKEN!

- | | | |
|----------------|--------------------------|----------|
| männlich | ☐ | 331
1 |
| weiblich | ☐ | 2 |

3 Welche Schule besuchst Du?

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|----------|
| Grundschule | ☐ | 321
1 |
| Hauptschule | ☐ | 2 |
| Realschule | ☐ | 3 |
| Gymnasium | ☐ | 4 |
| Gesamtschule | ☐ | 5 |
| andere Schule | ☐ | 6 |
| noch nicht eingeschult | ☐ | 7 |

6

INT.: LISTE A VORLEGEN!

In Deiner Freizeit kannst Du viele Sachen machen, bei denen Du bei etwas zuschauen, bei etwas zuhören oder etwas lesen kannst.

Zunächst einmal zum Thema Zuschauen.

Schaust Du Dir in Deiner Freizeit ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) an und wenn ja, wie oft machst Du das?

Machst Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie unabhängig von dem Gerät, mit dem Du das machst?

INT.: BITTE AUF DIE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN ANTWORTMÖGLICHKEITEN Filme und Serien UND Fernsehsendungen HINWEISEN UND GEGEBENENFALLS ERKLÄREN.

HINWEIS FÜR DEN INTERVIEWER: MIT Filme und Serien SIND HIER HANDLUNGSSTRÄNGE GEMEINT, DIE VON SCHAUSPIELERN ODER ANDEREN FIGUREN VERFOLGT WERDEN. ES HANDELT SICH DABEI MEIST UM FIKTIVE INHALTE. MIT Fernsehsendungen SIND HIER (MEIST) FÜR DAS FERNSEHEN PRODUZIERTE FORMATE GEMEINT, DIE KEINEN FIKTIVEN HANDLUNGSBOGEN HABEN.

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie
Filme und Serien	☐ ¹¹⁰⁴ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅
Fernsehsendungen (z.B. Quiz- und Wissenssendungen, Casting- und Unterhaltungsshow, Nachrichten- oder Sportsendungen etc.)	☐ ¹¹⁰⁵ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅

7

FALLS FRAGE 6 FILME UND SERIEN MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:**INT.: LISTE A VORLEGEN!**

Du hast gesagt, Du schaust Dir in Deiner Freizeit Filme und Serien an. Machst Du das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN)? Und wenn ja, sage mir auch hier wieder wie oft Du das machst.

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft.	☐ ¹¹⁰⁶ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
mit den Mediathek-Angeboten der Fernsehsender ...	☐ ¹¹⁰⁷ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
mit DVDs/ Blu-rays/ Festplatte o.Ä.	☐ ¹¹⁰⁸ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. Youtube, Vimeo	☐ ¹¹⁰⁹ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
mit Streaming-Diensten wie z.B. Amazon Prime, Netflix	☐ ¹¹¹⁰ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉

8

FALLS FRAGE 6 FERNSEHSENDUNGEN MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:**INT.: LISTE A VORLEGEN!**

Du hast gesagt, Du schaust Dir in Deiner Freizeit Fernsehsendungen an. Machst Du das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN)? Und wenn ja, sage mir auch hier wieder wie oft Du das machst.

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft.	☐ ¹¹¹¹ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
mit den Mediathek-Angeboten der Fernsehsender ...	☐ ¹¹¹² ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
mit DVDs/ Blu-rays/ Festplatte o.Ä.	☐ ¹¹¹³ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. Youtube, Vimeo	☐ ¹¹¹⁴ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉

9

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Nun stelle ich nochmal ähnliche Fragen zum Thema Zuhören.

Hörst Du ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) in Deiner Freizeit und wenn ja, wie oft tust Du das?

Machst Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie unabhängig von dem Gerät, mit dem Du das machst?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie
Musik.....	☐ 1115 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Radiosendungen, Kinderradiosendungen (also das, was außer der Musik und Hörspielen im Radio läuft)	☐ 1116 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Hörspiele, Hörbücher	☐ 1117 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

10

FALLS FRAGE 9 MUSIK MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:**INT.: LISTE A VORLEGEN!**

Du hast gesagt, Du hörst in Deiner Freizeit Musik. Machst Du das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN)? Und wenn ja, sage mir auch hier wieder wie oft Du das machst.

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.....	☐ 1118 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit den Internetangeboten der Radiosender.....	☐ 1119 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit CDs.....	☐ 1120 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.	☐ 1121 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube	☐ 1122 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

11

FALLS FRAGE 9 RADIOSENDUNGEN, KINDERRADIOSENDUNGEN MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:**INT.: LISTE A VORLEGEN!**

Du hast gesagt, Du hörst in Deiner Freizeit Radiosendungen, Kinderradiosendungen an. Machst Du das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN)? Und wenn ja, sage mir auch hier wieder wie oft Du das machst?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.....	☐ 1123 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit den Internetangeboten der Radiosender.....	☐ 1124 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.	☐ 1126 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube	☐ 1127 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

12

FALLS FRAGE 9 HÖRSPIELE, HÖRBÜCHER MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:**INT.: LISTE A VORLEGEN!**

Du hast gesagt, Du hörst in Deiner Freizeit Hörspiele, Hörbücher an. Machst Du das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN)? Und wenn ja, sage mir auch hier wieder wie oft Du das machst?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.....	☐ 1128 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit den Internetangeboten der Radiosender.....	☐ 1129 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit CDs.....	☐ 1130 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.	☐ 1131 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube	☐ 1132 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

13 *INT.: LISTE B VORLEGEN!*Zuletzt zum Thema Lesen.Liest oder schaust Du Dir in Deiner Freizeit ... (*ITEM AUS LISTE NENNEN*) an und wenn ja, wie oft tust Du das?

Ist das so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie?

Man kann von Papier (also aus einem Buch oder Heft) oder elektronisch (also z.B. auf dem E-Book-Reader) lesen.

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie
Bücher	☐ 1133 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Zeitschriften, Magazine, Comics	☐ 1134 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Tageszeitungen	☐ 1135 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

14 *FALLS IN FRAGE 13 MINDESTENS EIN ITEM MINDESTENS SELTEN:**NUR ITEMS, DIE IN FRAGE 13 MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDEN:**INT.: LISTE B VORLEGEN!*Sage mir bitte, wie oft Du das gerade genannte in deiner Freizeit von Papier liest oder anschaust.Wie ist das bei ... (*ITEM AUS DER LISTE NENNEN*) ?

<u>von Papier</u>	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
Büchern	☐ 1136 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Zeitschriften, Magazine, Comics	☐ 1137 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Tageszeitungen	☐ 1138 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

15 *FALLS IN FRAGE 13 MINDESTENS EIN ITEM MINDESTENS SELTEN:**NUR ITEMS, DIE IN FRAGE 13 MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDEN:**INT.: LISTE B VORLEGEN!*Sage mir jetzt bitte, wie oft Du das gerade genannte in Deiner Freizeit elektronisch liest oder anschaust.Wie ist das bei ... (*ITEM AUS DER LISTE NENNEN*) ?

<u>elektronisch</u>	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
Büchern	☐ 1139 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Zeitschriften, Magazine, Comics	☐ 1140 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Tageszeitungen	☐ 1141 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

18 Auswertbare Medien

Im Folgenden geht es um Kinder- und Jugend-Zeitschriften.

Wichtig:

Es kommt bei jedem Heft darauf an, ob Du darin schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Dabei ist es egal, wie oft, ob zuhause, in der Schule, bei Freunden oder anderswo.

Denke besonders an die Ausgaben der letzten 12 Monate.

		P-Wert Position
Barbie		2500-2502
Bob der Baumeister		2512-2514
Dein Spiegel		2515-2517
Disney Cars		2521-2523
Disney Die Eiskönigin		2524-2526
Disney Lustiges Taschenbuch		2527-2529
Disney Prinzessin		2530-2532
Donald Duck Sonderheft		2539-2541
Feuerwehrmann Sam		2545-2547
Galileo Genial		2554-2556
GEOlino		2557-2559
GEOlino Extra		2560-2562
GEOmini		2563-2565
Just Kick-it!		2569-2571
Mädchen		2644-2646
Micky Maus - Magazin		2584-2586
Miraculous		2647-2649
Paw Patrol		2629-2631
Peppa Pig		2662-2664
Pokémon		2653-2655
Popcorn		2656-2658
Wendy		2608-2610
Winnie Puuh		2611-2613
ZEIT leo		2614-2616

23

INT.: LISTE B VORLEGEN!

Auf welche Arten unterhältst Du Dich mit Deinen Freunden?

Wie ist das beim ... (ITEM AUS LISTE NENNEN), machst Du das häufig, ab und zu oder gar nicht?

	häufig	ab und zu	gar nicht	keine Angabe
Reden miteinander, wenn ihr euch seht	☐ 1249 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Telefonieren (egal, ob mit oder ohne Video)	☐ 1250 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Textnachrichten schreiben (z.B. SMS, E-Mail, WhatsApp)/ chatten	☐ 1251 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Briefe, Postkarten schreiben	☐ 1252 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Sprachnachrichten schicken	☐ 1253 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Bilder, Status posten	☐ 1254 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9

24

INT.: LISTE B VORLEGEN!

Ein paar der Sachen, die ich Dich gerade abgefragt habe, kann man mit Apps auf dem Handy/ Smartphone oder Tablet machen. Falls Du das tust, welche der folgenden Apps benutzt Du bei der Kommunikation mit Deinen Freunden?

INT.: JEDE ANTWORT ABFRAGEN. MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

 Facebook	☐ 1260 1
 WhatsApp	☐ 1261 1
 Snapchat	☐ 1262 1
 Instagram	☐ 1263 1
 Skype	☐ 1264 1
 Facetime	☐ 1265 1
andere Apps	☐ 1266 1
Kind nutzt keine Apps	☐ 1267 1
keine Angabe	☐ 1268 9

25

Ich lese Dir jetzt einige Dinge vor, die Du oder Deine Eltern für Dich kaufen können. Sag mir bitte zu jedem, ob es für Dich wichtig ist, eine bestimmte Marke zu bekommen, oder ob es Dir egal ist, welche Marke das ist.

Wie ist das bei ... (PRODUKT AUS LISTE NENNEN)?

Würdest Du Dir da eine bestimmte Marke wünschen, oder ist es Dir egal?

	Marke wichtig	Marke egal	keine Angabe
Spielsachen	☐ 830 1	☐ 2	☐ 9
Schulsachen, Stifte, Füller	☐ 831 1	☐ 2	☐ 9
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	☐ 832 1	☐ 2	☐ 9
Handy/ Smartphone	☐ 833 1	☐ 2	☐ 9
Spielkonsolen, Handhelds	☐ 834 1	☐ 2	☐ 9
Kleidung, Klamotten, Anziehsachen	☐ 835 1	☐ 2	☐ 9
Sportschuhe, Sneaker	☐ 836 1	☐ 2	☐ 9
Fahrrad	☐ 842 1	☐ 2	☐ 9
Roller, Skateboard, Longboard, Inline-Skates	☐ 843 1	☐ 2	☐ 9
Duschgel, Haarshampoo, Creme	☐ 839 1	☐ 2	☐ 9
Zahnbürste, Zahnpasta	☐ 840 1	☐ 2	☐ 9
Essen und Trinken	☐ 841 1	☐ 2	☐ 9

CODEPLAN

KiMMo 6 bis 13 Jahre

Fragebogen für den Erziehungsberechtigten

FALLS GENERALFILTER IN FRAGE 401 JA ODER WEIß NICHT/ KEINE ANGABE:

Im Folgenden geht es um Kinder und Jugend-Zeitschriften, die **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** ab und zu oder regelmäßig zu Hause liest.

Wie viele Ausgaben dieser Zeitschriften werden zumindest gelegentlich von einem Elternteil mitgelesen?

Bitte geben Sie in der folgenden Liste für alle Zeitschriften an, wie viele Ausgaben der Zeitschrift mitgelesen werden, bzw. ob die Zeitschrift vom **befragten Kind/ Jugendlichen** nicht gelesen wird.

((Medien rotieren))

		Von dieser Zeitschrift werden ... mitgelesen				
		alle/ fast alle Ausgaben	mehr als die Hälfte der Ausgaben	etwa die Hälfte der Ausgaben	weniger Ausgaben	keine Ausgabe/ wird vom Kind nicht gelesen
Barbie		☐ 1301 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Bob der Baumeister		☐ 1305 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Dein Spiegel		☐ 1306 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Disney Cars		☐ 1308 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Disney Die Eiskönigin		☐ 1309 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Disney Lustiges Taschenbuch		☐ 1310 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Disney Prinzessin		☐ 1311 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Donald Duck Sonderheft		☐ 1314 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Feuerwehrmann Sam		☐ 1316 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Galileo Genial		☐ 1319 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
GEOlino		☐ 1320 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
GEOlino Extra		☐ 1321 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
GEOmini		☐ 1322 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Just Kick-it!		☐ 1324 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Mädchen		☐ 1349 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Micky Maus - Magazin		☐ 1329 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Miraculous		☐ 1350 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Paw Patrol		☐ 1344 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Peppa Pig		☐ 1355 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Pokémon		☐ 1352 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Popcorn		☐ 1353 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Wendy		☐ 1337 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Winnie Puuh		☐ 1338 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
ZEIT leo		☐ 1339 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

Es gibt neben Kinder- und Jugendzeitschriften auch andere Mediengattungen wie Radio, Internet oder Fernsehen. Jetzt geht es um Ihre Meinung zu diesen Medien. Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen an, auf welche Medien sie Ihrer Meinung nach zutrifft.

MEHRFACHNENNUNGEN IN DEN ZEILEN MÖGLICH.

		trifft zu auf					
	Kinder- und Jugend- Zeitschriften	Fernsehen	Internet	Radio	keins dieser Medien	keine Angabe	
Mein Kind kann etwas lernen.....	☐ 885 1	☐ 886 1	☐ 887 1	☐ 888 1	☐ 889 1	☐ 890 9	
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.....	☐ 891 1	☐ 892 1	☐ 893 1	☐ 894 1	☐ 895 1	☐ 896 9	
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	☐ 897 1	☐ 898 1	☐ 899 1	☐ 900 1	☐ 901 1	☐ 902 9	
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	☐ 903 1	☐ 904 1	☐ 905 1	☐ 906 1	☐ 907 1	☐ 908 9	
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	☐ 909 1	☐ 910 1	☐ 911 1	☐ 912 1	☐ 913 1	☐ 914 9	
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	☐ 915 1	☐ 916 1	☐ 917 1	☐ 918 1	☐ 919 1	☐ 920 9	
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.....	☐ 921 1	☐ 922 1	☐ 923 1	☐ 924 1	☐ 925 1	☐ 926 9	
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	☐ 927 1	☐ 928 1	☐ 929 1	☐ 930 1	☐ 931 1	☐ 932 9	
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.....	☐ 933 1	☐ 934 1	☐ 935 1	☐ 936 1	☐ 937 1	☐ 938 9	
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	☐ 939 1	☐ 940 1	☐ 941 1	☐ 942 1	☐ 943 1	☐ 944 9	
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt..	☐ 945 1	☐ 946 1	☐ 947 1	☐ 948 1	☐ 949 1	☐ 950 9	
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	☐ 951 1	☐ 952 1	☐ 953 1	☐ 954 1	☐ 955 1	☐ 956 9	
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.....	☐ 957 1	☐ 958 1	☐ 959 1	☐ 960 1	☐ 961 1	☐ 962 9	
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	☐ 975 1	☐ 976 1	☐ 977 1	☐ 978 1	☐ 979 1	☐ 980 9	
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	☐ 981 1	☐ 982 1	☐ 983 1	☐ 984 1	☐ 985 1	☐ 986 9	
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	☐ 969 1	☐ 970 1	☐ 971 1	☐ 972 1	☐ 973 1	☐ 974 9	

Ich nenne Ihnen verschiedene Produkte, die Sie für **das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen** kaufen können. Wenn sich **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** eine bestimmte Marke von den nachfolgenden Produkten wünscht, bekommt es/ er diese dann meistens?

Bitte nennen Sie mir alle die Produkte, bei denen der Markenwunsch meistens erfüllt wird oder erfüllt würde.

Spielsachen	☐ 855 1
Schulsachen, Stifte, Füller	☐ 856 1
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	☐ 857 1
Handy/ Smartphone	☐ 858 1
Spielkonsolen, Handhelds	☐ 859 1
Kleidung, Klamotten, Anziehsachen	☐ 860 1
Sportschuhe, Sneaker	☐ 861 1
Fahrrad	☐ 868 1
Roller, Skateboard, Longboard, Inline-Skates	☐ 869 1
Duschgel, Haarshampoo, Creme	☐ 864 1
Zahnbürste, Zahnpasta	☐ 865 1
Essen und Trinken	☐ 866 1
nichts davon/ keine Angabe	☐ 867 9

37

Zum Schluss benötigen wir noch ein paar statistische Angaben von Ihnen.
In welchem Verhältnis stehen Sie zu **dem befragten Kind/ Jugendlichen**?

Sind Sie:

die Mutter ☐ 100
1
der Vater ☐ 2
andere erziehungsberechtigte Person ☐ 3

38

Sind Sie alleinerziehend?

ja ☐ 101
1
nein ☐ 2
keine Angabe ☐ 9

39

Wie alt sind Sie?

INT.: BITTE ALTER EINGEBEN!

Alter 110-111

40

Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt? Zählen Sie sich selbst auch mit.

INT.: BITTE ANZAHL EINGEBEN!

Personen im Haushalt insgesamt 121-122

2 Personen ☐ 123
2
3 Personen ☐ 3
4 Personen ☐ 4
5 Personen und mehr ☐ 5

41

Bitte sagen Sie mir, wie viele der Personen in Ihrem Haushalt zu der Altersklasse ... (*EINZELN ABFRAGEN*) gehören.
Geben Sie bitte auch an, wie viele Personen davon männlich bzw. weiblich sind.

INT.: BITTE VERTEILEN SIE DIE PERSONEN IM HAUSHALT AUF DIE ALTERSKLASSEN! DAS KÄSTCHEN KANN LEER BLEIBEN, FALLS KEINE PERSON VORHANDEN IST.

	Anzahl	Geschlecht	
	Personen	männlich	weiblich
0 bis 3 Jahre	132-133	134-135	136-137
4 bis 5 Jahre	138-139	140-141	142-143
6 bis 9 Jahre	144-145	146-147	148-149
10 bis 13 Jahre	150-151	152-153	154-155
14 bis 17 Jahre	156-157	158-159	160-161
18 Jahre und älter	162-163	164-165	166-167
Anzahl Brüder	170-171		
Anzahl Schwestern	172-173		
Anzahl Geschwister	174-175		

Übercode Geschwister

	Insgesamt	Brüder	Schwestern
Eins	☐ 129 1	☐ 130 1	☐ 131 1
Zwei	☐ 2	☐ 2	☐ 2
Drei und mehr	☐ 3	☐ 3	☐ 3
Keine	☐ 0	☐ 0	☐ 0

42	Hat das befragte Kind/ der befragte Jugendliche ein eigenes Zimmer für sich allein?	☐ 201 1 ☐ 2 nein ☐ 9 keine Angabe
44	Sind Sie selbst der <u>Hauptverdiener</u> im Haushalt, also der- oder diejenige, der/ die am meisten verdient?	☐ 177 1 ja, ich bin der Hauptverdiener ☐ 2 nein ☐ 9 keine Angabe
45	Sind Sie selbst für die <u>Haushaltsführung</u> zuständig, also für Dinge wie Einkaufen, Essen kochen, Reinigung/ Pflege des Haushalts?	☐ 178 1 ja, ich bin die haushaltsführende Person ☐ 2 nein ☐ 9 keine Angabe
46	<i>FALLS FRAGE 44 = JA UND FRAGE 45 = KEINE ANGABE ODER FRAGE 44 = NEIN UND FRAGE 45 = NEIN ODER = KEINE ANGABE ODER Frage 44 = KEINE ANGABE:</i> Sind der Hauptverdiener und die Haushaltsführende Person in Ihrem Haushalt dieselbe Person?	
		☐ 179 1 ja ☐ 2 nein ☐ 9 keine Angabe
47	In den folgenden drei Fragen geht es nur um den <u>Hauptverdiener</u> . Welche <u>Schulbildung</u> hat der <u>Hauptverdiener</u> , bzw. welche Schule hat er zuletzt besucht?	
	☐ 187 1 Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule <u>ohne</u> abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung ☐ 2 Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule <u>mit</u> abgeschlossener Lehre/ Berufsausbildung ☐ 3 Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule <u>ohne</u> Abitur ☐ 4 Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule ☐ 5 Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum ☐ 9 keine Angabe	
48	Ist der <u>Hauptverdiener</u> berufstätig?	
	☐ 188 1 berufstätig ☐ 2 zurzeit arbeitslos ☐ 3 Rentner, Pensionär ☐ 4 in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student ☐ 5 nicht berufstätig ☐ 9 keine Angabe	
49	Welcher <u>Berufsgruppe</u> gehört der <u>Hauptverdiener</u> an, bzw. – falls dieser nicht mehr berufstätig ist – welcher gehörte er an?	
	☐ 189 1 Selbstständige/ Freiberufler ☐ 2 Leitende Angestellte ☐ 3 sonstige Angestellte ☐ 4 Beamte ☐ 5 Arbeiter ☐ 9 keine Angabe	

50

FALLS HV GLEICH HHF, SPRINGE ZU FRAGE 53:

In den folgenden drei Fragen geht es nur um die haushaltsführende Person.Welche Schulbildung hat die haushaltsführende Person, bzw. welche Schule hat sie zuletzt besucht?

- Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung ☐ 190
1
- Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule mit abgeschlossener Lehre/ Berufsausbildung ☐ 2
- Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur ☐ 3
- Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule ☐ 4
- Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum ☐ 5
- keine Angabe ☐ 9

51

Ist die haushaltsführende Person berufstätig?

- berufstätig ☐ 191
1
- zurzeit arbeitslos ☐ 2
- Rentner, Pensionär ☐ 3
- in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student ☐ 4
- nicht berufstätig ☐ 5
- keine Angabe ☐ 9

52

Welcher Berufsgruppe gehört die haushaltsführende Person an, bzw. – falls diese nicht mehr berufstätig ist – welcher gehörte sie an?

- Selbstständige/ Freiberufler ☐ 192
1
- Leitende Angestellte ☐ 2
- sonstige Angestellte ☐ 3
- Beamte ☐ 4
- Arbeiter ☐ 5
- keine Angabe ☐ 9

53

Wie viele Personen im Haushalt haben ein eigenes Einkommen?

Das heißt: Wie viele Personen verdienen selbst oder haben ein Einkommen aus Renten, Pensionen, Mieten, Pacht, Wertpapieren und dergleichen?

- 1 Person ☐ 235
1
- 2 Personen ☐ 2
- 3 Personen und mehr ☐ 3
- keine Angabe ☐ 9

54

INT.: LISTE B VORLEGEN!Wenn Sie einmal alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann in etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen hier im Haushalt haben, nach Abzug der Steuern und der Sozialversicherung? Sie brauchen mir nur den jeweiligen Buchstaben auf dieser Liste zu nennen.

- A unter 1.000 Euro ☐ 236
1
- B 1.000 bis unter 1.500 Euro ☐ 2
- C 1.500 bis unter 2.000 Euro ☐ 3
- D 2.000 bis unter 2.500 Euro ☐ 4
- E 2.500 bis unter 3.000 Euro ☐ 5
- F 3.000 bis unter 3.500 Euro ☐ 6
- G 3.500 bis unter 4.000 Euro ☐ 7
- H 4.000 Euro und mehr ☐ 8
- keine Angabe ☐ 9

Sagen Sie mir bitte, ob die folgenden Aussagen zutreffen.

	ja	nein	keine Angabe
Vater/ Erziehungsberechtigter des befragten Kindes/ Jugendlichen ist in Deutschland geboren	☐ ²⁴⁶ ₁	☐ ₂	☐ ₉
Mutter/ Erziehungsberechtigte des befragten Kindes/ Jugendlichen ist in Deutschland geboren	☐ ²⁴⁷ ₁	☐ ₂	☐ ₉
Befragtes Kind/ befragter Jugendlicher ist in Deutschland geboren..	☐ ²⁴⁸ ₁	☐ ₂	☐ ₉

CODEPLAN

KiMMo 4 bis 5 Jahre

Fragebogen Preschool

1 INT.: ALTER DES KINDES ERFRAGEN UND ANKLICKEN!

4 Jahre ☐ 311-312
4
5 Jahre ☐ 5

2 Welches Geschlecht hat **Ihr Kind**?

männlich ☐ 331
1
weiblich ☐ 2

3 Besucht **Ihr Kind** einen Kindergarten oder geht es schon zur Schule?

besucht Kindergarten/ Hort/ Kita ☐ 322
1
besucht Schule ☐ 2
weder Kindergarten noch Schule ... ☐ 3

4

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Ihr Kind kann sich in seiner Freizeit mit verschiedenen Medien beschäftigen, bei denen es bei etwas zuschauen, bei etwas zuhören oder etwas lesen bzw. anschauen kann.

Zunächst einmal zum Thema Zuschauen.

Schaut **Ihr Kind** in seiner Freizeit ... (*ITEM AUS LISTE NENNEN*) an und wenn ja, wie oft macht es das?

Macht **Ihr Kind** das in seiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie unabhängig von dem Gerät, mit dem es das macht?

INT.: BITTE AUF DIE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN ANTWORTMÖGLICHKEITEN Filme und Serien UND Fernsehsendungen HINWEISEN UND GEGEBENENFALLS ERKLÄREN.

HINWEIS FÜR DEN INTERVIEWER: MIT Filme und Serien SIND HIER HANDLUNGSSTRÄNGE GEMEINT, DIE VON SCHAUSPIELERN ODER ANDEREN FIGUREN VERFOLGT WERDEN. ES HANDELT SICH DABEI MEIST UM FIKTIVE INHALTE. MIT Fernsehsendungen SIND HIER (MEIST) FÜR DAS FERNSEHEN PRODUZIERTE FORMATE GEMEINT, DIE KEINEN FIKTIVEN HANDLUNGSBOGEN HABEN.

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie
Filme und Serien	☐ ¹¹⁰⁴ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Fernsehsendungen (z.B. Quiz- und Wissenssendungen, Casting- und Unterhaltungsshow, Nachrichten- oder Sportsendungen etc.)	☐ ¹¹⁰⁵ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

5

FALLS FRAGE 4 FILME UND SERIEN MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Sie haben gesagt, **Ihr Kind** schaut in seiner Freizeit Filme und Serien an. Macht es das ... (*ITEM AUS LISTE NENNEN*) und wenn ja, wie oft?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft.	☐ ¹¹⁰⁶ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit den Mediathek-Angeboten der Fernsehsender ...	☐ ¹¹⁰⁷ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit DVDs/ Blu-rays/ Festplatte o.Ä.	☐ ¹¹⁰⁸ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. Youtube, Vimeo	☐ ¹¹⁰⁹ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Streaming-Diensten wie z.B. Amazon Prime, Netflix	☐ ¹¹¹⁰ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

6

FALLS FRAGE 4 FERNSEHSENDUNGEN MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Sie haben gesagt, **Ihr Kind** schaut sich in seiner Freizeit Fernsehsendungen an. Macht es das ... (*ITEM AUS LISTE NENNEN*) und wenn ja, wie oft?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft.	☐ ¹¹¹¹ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit den Mediathek-Angeboten der Fernsehsender ...	☐ ¹¹¹² ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit DVDs/ Blu-rays/ Festplatte o.Ä.	☐ ¹¹¹³ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. Youtube, Vimeo	☐ ¹¹¹⁴ ₁	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

7

INT.: LISTE A VORLEGEN!Nun stelle ich nochmal ähnliche Fragen zum Thema Zuhören.Hört **Ihr Kind** ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) in seiner Freizeit und wenn ja, wie oft tut es das?Macht **Ihr Kind** das in seiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie unabhängig von dem Gerät, mit dem es das macht?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie
Musik.....	☐ 1115 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Radiosendungen, Kinderradiosendungen (also das, was außer der Musik und Hörspielen im Radio läuft)	☐ 1116 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Hörspiele, Hörbücher	☐ 1117 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

8

FALLS FRAGE 7 MUSIK MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:**INT.: LISTE A VORLEGEN!**Sie haben gesagt, **Ihr Kind** hört in seiner Freizeit Musik. Macht es das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) und wenn ja, wie oft?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.....	☐ 1118 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit den Internetangeboten der Radiosender.....	☐ 1119 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit CDs.....	☐ 1120 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.	☐ 1121 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube	☐ 1122 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

9

FALLS FRAGE 7 RADIOSENDUNGEN, KINDERRADIOSENDUNGEN MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:**INT.: LISTE A VORLEGEN!**Sie haben gesagt **Ihr Kind** hört in seiner Freizeit Radiosendungen, Kinderradiosendungen an. Macht es das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) und wenn ja, wie oft?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.....	☐ 1123 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit den Internetangeboten der Radiosender.....	☐ 1124 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.	☐ 1126 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube	☐ 1127 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

10

FALLS FRAGE 7 HÖRSPIELE, HÖRBÜCHER MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDE:**INT.: LISTE A VORLEGEN!**Sie haben gesagt **Ihr Kind** hört in seiner Freizeit Hörspiele, Hörbücher an. Macht es das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) und wenn ja, wie oft?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
genau dann, wenn es gerade im Radio läuft.....	☐ 1128 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit den Internetangeboten der Radiosender.....	☐ 1129 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit CDs.....	☐ 1130 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit MP3-Playern/ Festplatte o.Ä.	☐ 1131 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Diensten wie z.B. Spotify, Audible, Youtube	☐ 1132 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

11

INT.: LISTE B VORLEGEN!

Zuletzt zum Thema Lesen.

Liest oder schaut **Ihr Kind** sich in seiner Freizeit ... (*ITEM AUS LISTE NENNEN*) an und wenn ja, wie oft tut es das?
Ist das so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie?

Man kann von Papier (also aus einem Buch oder Heft) oder elektronisch (also z.B. auf dem E-Book-Reader) lesen.

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie
Bücher	☐ 1133 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Zeitschriften, Magazine, Comics	☐ 1134 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Tageszeitungen	☐ 1135 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

12

FALLS IN FRAGE 11 MINDESTENS EIN ITEM MINDESTENS SELTEN:

NUR ITEMS, DIE IN FRAGE 11 MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDEN:

INT.: LISTE B VORLEGEN!

Sagen Sie bitte, wie oft **Ihr Kind** das gerade genannte in seiner Freizeit von Papier liest oder anschaut.

Wie ist das bei ... (*ITEM AUS DER LISTE NENNEN*) ?

<u>von Papier</u>	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
Büchern	☐ 1136 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Zeitschriften, Magazine, Comics	☐ 1137 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Tageszeitungen	☐ 1138 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

13

FALLS IN FRAGE 11 MINDESTENS EIN ITEM MINDESTENS SELTEN:

NUR ITEMS, DIE IN FRAGE 11 MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDEN:

INT.: LISTE B VORLEGEN!

Sagen Sie bitte, wie oft **Ihr Kind** das gerade genannte in seiner Freizeit elektronisch liest oder anschaut.

Wie ist das bei ... (*ITEM AUS DER LISTE NENNEN*) ?

<u>elektronisch</u>	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
Büchern	☐ 1139 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Zeitschriften, Magazine, Comics	☐ 1140 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Tageszeitungen	☐ 1141 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

16 Auswertbare Medien

Im Folgenden geht es um Kinder-Zeitschriften.

Wichtig:

Es kommt bei jedem Heft darauf an, ob **Ihr Kind** darin schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen hat.

Dabei ist es egal, wie oft, ob zuhause, im Kindergarten bzw. in der Schule, bei Freunden oder anderswo.

Denken Sie besonders an die Ausgaben der letzten 12 Monate.

		P-Wert Position
Barbie		2500-2502
Bob der Baumeister		2512-2514
Disney Cars		2521-2523
Disney Die Eiskönigin		2524-2526
Disney Lustiges Taschenbuch		2527-2529
Disney Prinzessin		2530-2532
Donald Duck Sonderheft		2539-2541
Feuerwehrmann Sam		2545-2547
Galileo Genial		2554-2556
GEOmini		2563-2565
Just Kick-it!		2569-2571
Micky Maus - Magazin		2584-2586
Miraculous		2647-2649
Paw Patrol		2629-2631
Peppa Pig		2662-2664
Pokémon		2653-2655
Wendy		2608-2610
Winnie Puuh		2611-2613

FALLS GENERALFILTER IN FRAGE 401 JA ODER WEIß NICHT/ KEINE ANGABE:

Im Folgenden geht es um Kinder-Zeitschriften, die **Ihr Kind** ab und zu oder regelmäßig zu Hause liest/ anschaut.

Wie viele Ausgaben dieser Zeitschriften werden zumindest gelegentlich von einem Elternteil mit- bzw. vorgelesen?

Bitte geben Sie in der folgenden Liste für alle Zeitschriften an, wie viele Ausgaben der Zeitschrift mit- bzw. vorgelesen werden, bzw. ob die Zeitschrift von **Ihrem Kind** nicht gelesen wird.

((Medien rotieren))

		Von dieser Zeitschrift werden ... mitgelesen				
		alle/ fast alle Ausgaben	mehr als die Hälfte der Ausgaben	etwa die Hälfte der Ausgaben	weniger Ausgaben	keine Ausgabe/ wird vom Kind nicht gelesen
Barbie		☐ 1301 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Bob der Baumeister		☐ 1305 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Disney Cars		☐ 1308 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Disney Die Eiskönigin		☐ 1309 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Disney Lustiges Taschenbuch		☐ 1310 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Disney Prinzessin		☐ 1311 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Donald Duck Sonderheft		☐ 1314 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Feuerwehrmann Sam		☐ 1316 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Galileo Genial		☐ 1319 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
GEOmini		☐ 1322 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Just Kick-it!		☐ 1324 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Micky Maus - Magazin		☐ 1329 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Miraculous		☐ 1350 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Paw Patrol		☐ 1344 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Peppa Pig		☐ 1355 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Pokémon		☐ 1352 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Wendy		☐ 1337 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Winnie Puuh		☐ 1338 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

21

Es gibt neben Kinder- und Jugendzeitschriften auch andere Mediengattungen wie Radio, Internet oder Fernsehen. Jetzt geht es um Ihre Meinung zu diesen Medien. Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen an, auf welche Medien sie Ihrer Meinung nach zutrifft.

MEHRFACHNENNUNGEN IN DEN ZEILEN MÖGLICH.

	trifft zu auf					
	Kinder- und Jugend- Zeitschriften	Fernsehen	Internet	Radio	keins dieser Medien	keine Angabe
Mein Kind kann etwas lernen.....	☐ 885 1	☐ 886 1	☐ 887 1	☐ 888 1	☐ 889 1	☐ 890 9
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll.....	☐ 891 1	☐ 892 1	☐ 893 1	☐ 894 1	☐ 895 1	☐ 896 9
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	☐ 897 1	☐ 898 1	☐ 899 1	☐ 900 1	☐ 901 1	☐ 902 9
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen.	☐ 903 1	☐ 904 1	☐ 905 1	☐ 906 1	☐ 907 1	☐ 908 9
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	☐ 909 1	☐ 910 1	☐ 911 1	☐ 912 1	☐ 913 1	☐ 914 9
Meinem Kind werden Werte vermittelt.	☐ 915 1	☐ 916 1	☐ 917 1	☐ 918 1	☐ 919 1	☐ 920 9
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.....	☐ 921 1	☐ 922 1	☐ 923 1	☐ 924 1	☐ 925 1	☐ 926 9
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	☐ 927 1	☐ 928 1	☐ 929 1	☐ 930 1	☐ 931 1	☐ 932 9
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.....	☐ 933 1	☐ 934 1	☐ 935 1	☐ 936 1	☐ 937 1	☐ 938 9
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	☐ 939 1	☐ 940 1	☐ 941 1	☐ 942 1	☐ 943 1	☐ 944 9
Meinem Kind werden Inhalte glaubwürdig vermittelt..	☐ 945 1	☐ 946 1	☐ 947 1	☐ 948 1	☐ 949 1	☐ 950 9
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	☐ 951 1	☐ 952 1	☐ 953 1	☐ 954 1	☐ 955 1	☐ 956 9
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.....	☐ 957 1	☐ 958 1	☐ 959 1	☐ 960 1	☐ 961 1	☐ 962 9
Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert.	☐ 975 1	☐ 976 1	☐ 977 1	☐ 978 1	☐ 979 1	☐ 980 9
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	☐ 981 1	☐ 982 1	☐ 983 1	☐ 984 1	☐ 985 1	☐ 986 9
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	☐ 969 1	☐ 970 1	☐ 971 1	☐ 972 1	☐ 973 1	☐ 974 9

26

Folgende Dinge können Sie für **Ihr Kind** kaufen. Sagen Sie mir bitte zu jedem, ob es für **Ihr Kind** wichtig ist, eine bestimmte Marke zu bekommen, oder ob es **Ihrem Kind** egal ist, welche Marke das ist.

Wie ist das bei ... (PRODUKT AUS LISTE NENNEN)?

Würde sich **Ihr Kind** da eine bestimmte Marke wünschen, oder ist es ihm egal?

	Marke wichtig	Marke egal	keine Angabe
Spielsachen.....	☐ 830 1	☐ 2	☐ 9
Schulsachen, Stifte, Füller.....	☐ 831 1	☐ 2	☐ 9
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	☐ 832 1	☐ 2	☐ 9
Handy/ Smartphone.....	☐ 833 1	☐ 2	☐ 9
Spielkonsolen, Handhelds.....	☐ 834 1	☐ 2	☐ 9
Kleidung, Klamotten, Anziehsachen	☐ 835 1	☐ 2	☐ 9
Sportschuhe, Sneaker	☐ 836 1	☐ 2	☐ 9
Fahrrad	☐ 842 1	☐ 2	☐ 9
Roller, Skateboard, Longboard, Inline-Skates	☐ 843 1	☐ 2	☐ 9
Duschgel, Haarshampoo, Creme	☐ 839 1	☐ 2	☐ 9
Zahnbürste, Zahnpasta.....	☐ 840 1	☐ 2	☐ 9
Essen und Trinken	☐ 841 1	☐ 2	☐ 9

Ich nenne Ihnen verschiedene Produkte, die Sie für **Ihr Kind** kaufen können.

Wenn sich **Ihr Kind** eine bestimmte Marke von diesen Produkten wünscht, bekommt es diese dann meistens?

Bitte nennen Sie mir alle die Produkte, bei denen der Markenwunsch meistens erfüllt wird oder erfüllt würde.

Spielsachen	☐	855 1
Schulsachen, Stifte, Füller	☐	856 1
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	☐	857 1
Handy/ Smartphone	☐	858 1
Spielkonsolen, Handhelds	☐	859 1
Kleidung, Klamotten, Anziehsachen	☐	860 1
Sportschuhe, Sneaker	☐	861 1
Fahrrad	☐	868 1
Roller, Skateboard, Longboard, Inline-Skates	☐	869 1
Duschgel, Haarshampoo, Creme	☐	864 1
Zahnbürste, Zahnpasta	☐	865 1
Essen und Trinken	☐	866 1
nichts davon/ keine Angabe	☐	867 9

30

Zum Schluss benötigen wir noch ein paar statistische Angaben von Ihnen.
In welchem Verhältnis stehen Sie zu **dem Kind**?

Sind Sie:

die Mutter ☐ 100
1
der Vater ☐ 2
andere erziehungsberechtigte Person ☐ 3

31

Sind Sie alleinerziehend?

ja ☐ 101
1
nein ☐ 2
keine Angabe ☐ 9

32

Wie alt sind Sie?

Alter ☐ 110-111

33

Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt? Zählen Sie sich selbst auch mit.

Personen im Haushalt insgesamt ☐ 121-122
2 Personen ☐ 123
2
3 Personen ☐ 3
4 Personen ☐ 4
5 Personen und mehr ☐ 5

34

Bitte sagen Sie mir, wie viele der Personen in Ihrem Haushalt zu der Altersklasse ... (*EINZELN ABFRAGEN*) gehören.
Geben Sie bitte auch an, wie viele Personen davon männlich bzw. weiblich sind.

INT.: BITTE VERTEILEN SIE DIE PERSONEN IM HAUSHALT AUF DIE ALTERSKLASSEN! DAS KÄSTCHEN KANN LEER BLEIBEN, FALLS KEINE PERSON VORHANDEN IST.

	Anzahl		Geschlecht	
	Personen	männlich	weiblich	
0 bis 3 Jahre	☐ 132-133	☐ 134-135	☐ 136-137	
4 bis 5 Jahre	☐ 138-139	☐ 140-141	☐ 142-143	
6 bis 9 Jahre	☐ 144-145	☐ 146-147	☐ 148-149	
10 bis 13 Jahre	☐ 150-151	☐ 152-153	☐ 154-155	
14 bis 17 Jahre	☐ 156-157	☐ 158-159	☐ 160-161	
18 Jahre und älter	☐ 162-163	☐ 164-165	☐ 166-167	
Anzahl Brüder	☐ 170-171			
Anzahl Schwestern	☐ 172-173			
Anzahl Geschwister	☐ 174-175			

Übercode Geschwister

	Insgesamt	Brüder	Schwestern
Eins	☐ 129 1	☐ 130 1	☐ 131 1
Zwei	☐ 2	☐ 2	☐ 2
Drei und mehr	☐ 3	☐ 3	☐ 3
Keine	☐ 0	☐ 0	☐ 0

35 Hat **Ihr Kind** ein eigenes Zimmer für sich allein?

ja ☐ 201
nein ☐ 2
keine Angabe ☐ 9

37 Sind Sie selbst der Hauptverdiener im Haushalt, also der- oder diejenige, der/ die am meisten verdient?

ja, ich bin der Hauptverdiener ☐ 177
nein ☐ 2
keine Angabe ☐ 9

38 Sind Sie selbst für die Haushaltsführung zuständig, also für Dinge wie Einkaufen, Essen kochen, Reinigung/ Pflege des Haushalts?

ja, ich bin die haushaltsführende Person ☐ 178
nein ☐ 2
keine Angabe ☐ 9

39 *FALLS FRAGE 37 = JA UND FRAGE 38 = KEINE ANGABE ODER FRAGE 37 = NEIN UND FRAGE 38 = NEIN ODER = KEINE ANGABE ODER Frage 37 = KEINE ANGABE:*

Sind der Hauptverdiener und die Haushaltsführende Person in Ihrem Haushalt dieselbe Person?

ja ☐ 179
nein ☐ 2
keine Angabe ☐ 9

40 In den folgenden drei Fragen geht es nur um den Hauptverdiener.

Welche Schulbildung hat der Hauptverdiener, bzw. welche Schule hat er zuletzt besucht?

Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung ☐ 187
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule mit abgeschlossener Lehre/ Berufsausbildung ☐ 2
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur ☐ 3
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule ☐ 4
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum ☐ 5
keine Angabe ☐ 9

41 Ist der Hauptverdiener berufstätig?

berufstätig ☐ 188
zurzeit arbeitslos ☐ 2
Rentner, Pensionär ☐ 3
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student ☐ 4
nicht berufstätig ☐ 5
keine Angabe ☐ 9

42 Welcher Berufsgruppe gehört der Hauptverdiener an, bzw. – falls dieser nicht mehr berufstätig ist – welcher gehörte er an?

Selbstständige/ Freiberufler ☐ 189
Leitende Angestellte ☐ 2
sonstige Angestellte ☐ 3
Beamte ☐ 4
Arbeiter ☐ 5
keine Angabe ☐ 9

43

FALLS HV GLEICH HHF, SPRINGE ZU FRAGE 46:

In den folgenden drei Fragen geht es nur um die haushaltsführende Person.Welche Schulbildung hat die haushaltsführende Person, bzw. welche Schule hat sie zuletzt besucht?

- Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung ☐ 190
1
- Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule mit abgeschlossener Lehre/ Berufsausbildung ☐ 2
- Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur ☐ 3
- Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule ☐ 4
- Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum ☐ 5
- keine Angabe ☐ 9

44

Ist die haushaltsführende Person berufstätig?

- berufstätig ☐ 191
1
- zurzeit arbeitslos ☐ 2
- Rentner, Pensionär ☐ 3
- in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student ☐ 4
- nicht berufstätig ☐ 5
- keine Angabe ☐ 9

45

Welcher Berufsgruppe gehört die haushaltsführende Person an, bzw. – falls diese nicht mehr berufstätig ist – welcher gehörte sie an?

- Selbstständige/ Freiberufler ☐ 192
1
- Leitende Angestellte ☐ 2
- sonstige Angestellte ☐ 3
- Beamte ☐ 4
- Arbeiter ☐ 5
- keine Angabe ☐ 9

46

Wie viele Personen im Haushalt haben ein eigenes Einkommen?

Das heißt: Wie viele Personen verdienen selbst oder haben ein Einkommen aus Renten, Pensionen, Mieten, Pacht, Wertpapieren und dergleichen?

- 1 Person ☐ 235
1
- 2 Personen ☐ 2
- 3 Personen und mehr ☐ 3
- keine Angabe ☐ 9

47

INT.: LISTE B VORLEGEN!Wenn Sie einmal alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann in etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen hier im Haushalt haben, nach Abzug der Steuern und der Sozialversicherung? Sie brauchen mir nur den jeweiligen Buchstaben auf dieser Liste zu nennen.

- A unter 1.000 Euro ☐ 236
1
- B 1.000 bis unter 1.500 Euro ☐ 2
- C 1.500 bis unter 2.000 Euro ☐ 3
- D 2.000 bis unter 2.500 Euro ☐ 4
- E 2.500 bis unter 3.000 Euro ☐ 5
- F 3.000 bis unter 3.500 Euro ☐ 6
- G 3.500 bis unter 4.000 Euro ☐ 7
- H 4.000 Euro und mehr ☐ 8
- keine Angabe ☐ 9

Sagen Sie mir bitte, ob die folgenden Aussagen zutreffen.

	ja	nein	keine Angabe
Vater/ Erziehungsberechtigter des Kindes ist in Deutschland geboren	☐ ²⁴⁶ ₁	☐ ₂	☐ ₉
Mutter/ Erziehungsberechtigte des Kindes ist in Deutschland geboren	☐ ²⁴⁷ ₁	☐ ₂	☐ ₉
Das Kind ist in Deutschland geboren	☐ ²⁴⁸ ₁	☐ ₂	☐ ₉

Impressum

Kinder Medien Monitor 2020

Herausgebende Verlage:

Egmont Ehapa Media GmbH
Gruner + Jahr GmbH
Panini Verlags GmbH
SPIEGEL-Verlag
Zeit Verlag

Konzeption:

Vertreter der Herausgeber-Verlage

Regie, Organisation und methodische Verantwortung:

Immediate GmbH, Bremen

Durchführung der Untersuchung:

forsa marplan Markt- und Mediaforschungsgesellschaft mbH, Frankfurt am Main
Krämer Marktforschung GmbH, Münster

HINWEIS:

Bei Nutzung der Ergebnisse ist die folgende Quelle anzugeben: *Kinder Medien Monitor (KiMMo) 2020* .

Ihre Ansprechpartner

Dirk Eggert

Egmont Ehapa Media GmbH

Egmont MediaSolutions

Alte Jakobstraße 83

10179 Berlin

Tel.: 030-24 00 81 16

d.eggert@egmont.de

www.egmont-mediasolutions.de

www.egmont.de

Frauke Baer

Gruner + Jahr GmbH

G+J Electronic Media Sales GmbH

Am Baumwall 11

20459 Hamburg

Tel.: 040-37 03 - 2205

baer.frauke@guj.de

www.gujmedia.de

Steffen Volkmer (PR)

Panini Verlags GmbH

Schloßstraße 76

70176 Stuttgart

Tel: 0711-94768 824

steffen.volkmer@panini.de

www.panini.de

Sabine Schramm-Lühr

SPIEGEL-Media

SPIEGEL-VERLAG Rudolf Augstein GmbH & Co. KG

Ericusspitze 1

20457 Hamburg

Tel.: 040-30 07 36 16

sabine.schramm-luehr@spiegel.de

www.spiegel.de

Ilona Wolf (Media)

Blaufener Verlagsvertretungen GmbH

Immermannstraße 1A

22765 Hamburg

Tel. 040-226 34 49 25

i.wolf@blaufener.com

www.blaufener.com

Carina Krämer

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

Buceriusstraße, Eingang Speersort 1

20095 Hamburg

Tel. 040-328 01 194

carina.kraemer@zeit.de

www.zeit.de



DER SPIEGEL

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

EGMONT
Ehapa Media

G+J

