



MEDIEN. KOMPETENZ. KOMMUNIKATION.

DIE HERAUSGEBER





KINDER MEDIEN MONITOR 2021

MEHR DATEN. MEHR KOMPETENZ. MEHR RELEVANZ.

- Der KINDER MEDIEN MONITOR 2021 repräsentiert 7,47 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von vier bis 13 Jahren und stellt umfassendes Datenmaterial für die Mediaplanung bereit.
- Zuschauen, zuhören, lesen: Der KINDER MEDIEN MONITOR 2021 beantwortet Fragen zu allen zielgruppenrelevanten Mediengattungen.
- Der KINDER MEDIEN MONITOR 2021 liefert für 27 Printmagazine repräsentative Reichweiten bei Kindern und den mitlesenden Eltern oder Erziehungsberechtigten.
- Neben umfassenden Erkenntnissen über die Mediennutzung bietet die Untersuchung vielseitige Einblicke in verschiedene Lebensbereiche der Kinder – durch Antworten von Kindern und ihren Eltern.
- Der KINDER MEDIEN MONITOR ist die einzig zählbare Studie ihrer Art in Deutschland.

DIE HERAUSGEBER



EGMONT
Ehapa Media

SUPER RTL

DER
KINDER MEDIEN MONITOR
REPRÄSENTIERT:

7,47 Mio.

DEUTSCHSPRACHIGE KINDER

5,92 Mio. 6-13 JAHRE

1,55 Mio. 4-5 JAHRE



2.046 DOPPEL-INTERVIEWS

mit den Sechs- bis 13-Jährigen
und einem ihrer Erziehungsberechtigten

+ 526 INTERVIEWS

mit einem Erziehungsberechtigten
(im folgenden Eltern genannt) der Vier- bis Fünfjährigen



PRÄSENTATIONSGEHÄLT



KAPITEL 1: MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

Eltern sind die wachsam und kritischen (Medien-) Beobachter, Kinder die aufgeweckten und schnell lernenden Mediennutzer. Welchen Medien vertrauen Eltern? Und was trauen sie ihren Kindern im Umgang mit Medien zu?



KAPITEL 2: MEDIENNUTZUNG

Zuschauen, zuhören, lesen – die Medienwelt der Kinder lässt keinen Kanal aus. Digitales & Analoges halten sich dabei die Waage. Beim Lesen gilt: Sehr gern und sehr viel – aber bitte von Papier!



KAPITEL 3: KOMMUNIKATIONSKANÄLE & -APPS

Chatten ist mega, reden noch mehr! Die Relevanz von Kommunikation per App steigt mit zunehmendem Alter. Dennoch suchen Kinder das persönliche Gespräch – physisch und am Telefon.



KAPITEL 4: GELD & KONSUM

Kinder konsumieren gern und können es sich leisten: Sie verfügen insgesamt über 3,3 Mrd. Euro pro Jahr. Eltern sind spendabel: In den vergangenen zwölf Monaten haben sie insgesamt 5,3 Milliarden Euro in ihre Kinder investiert.



KAPITEL 5: FREIZEITVERHALTEN & THEMENINTERESSEN

In ihrer Freizeit nutzen Kinder alle Möglichkeiten aus: mit Freunden, der Familie, drinnen und draußen, offline und online. Kinder lieben die Vielfalt und die Beschäftigung. Das spiegelt sich auch in ihren Themeninteressen wider.



KAPITEL 6: BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

(Umwelt)Bewusstsein entsteht in den Kinderzimmern. Kinder entwickeln schon früh ein Gespür für die großen ökologischen und sozialen Fragen. Das Interesse ist groß und auch das Bedürfnis, einen eigenen Beitrag zu einer lebenswerten Welt zu leisten.

MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

KAPITEL 1

Eltern sind die wachsamsten und kritischen (Medien-)Beobachter, Kinder die aufgewecktesten und schnell lernenden Mediennutzer. Welchen Medien vertrauen Eltern? Und was trauen sie ihren Kindern im Umgang mit Medien zu?

ELTERN VERTRAUEN ZEITSCHRIFTEN.

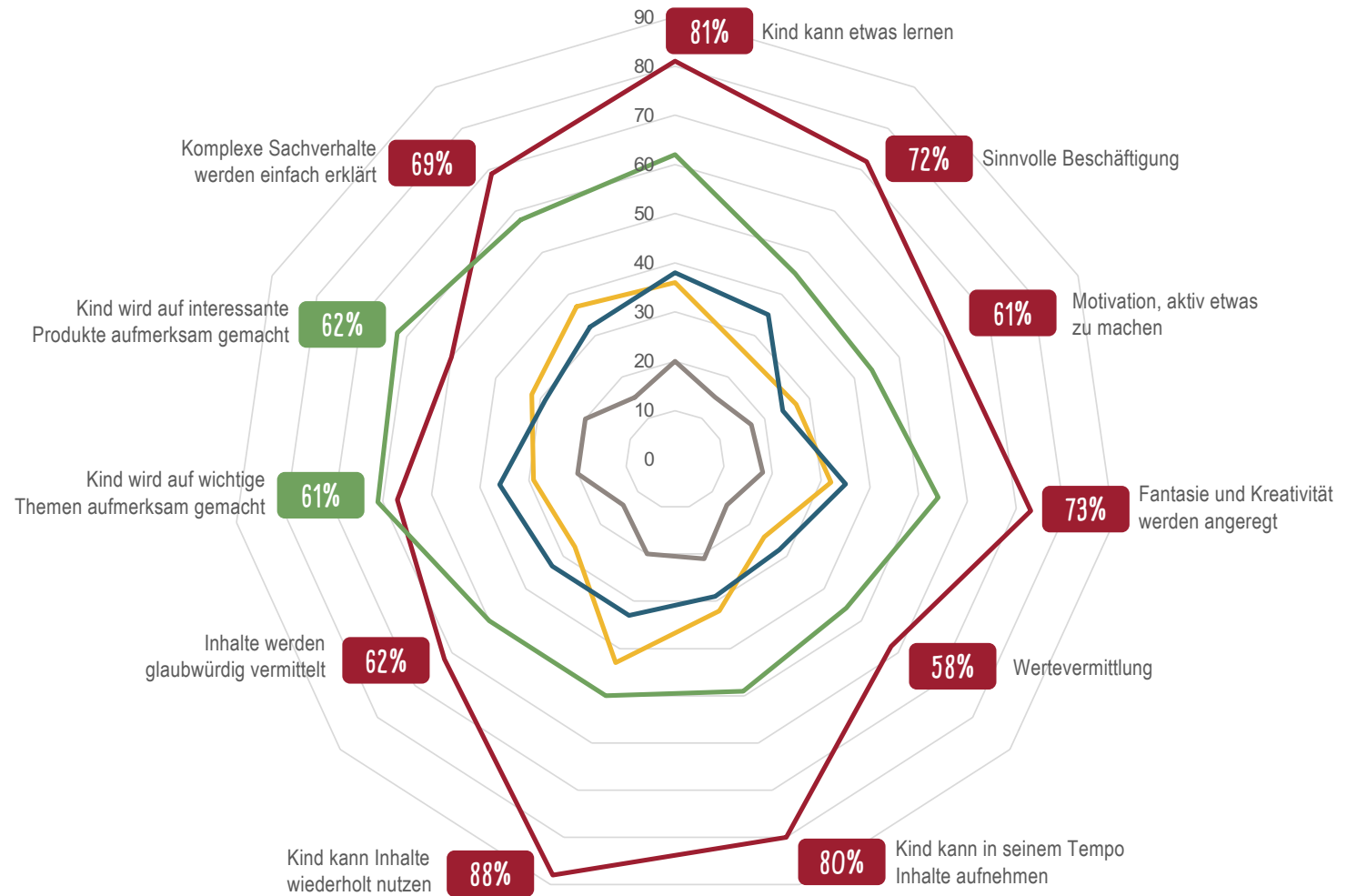
Zeitschriften

TV, Mediatheken, Streamingdienste

YouTube

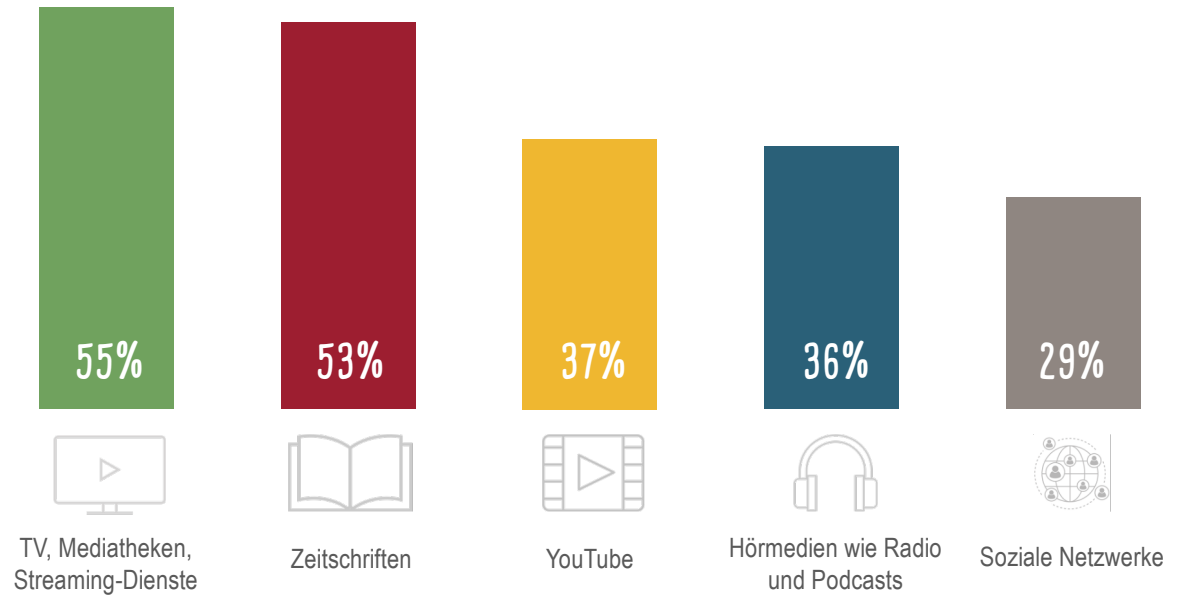
Hörmedien wie Radio und Podcasts

Soziale Netzwerke



Fragestellung: Es gibt neben Kinder- und Jugendzeitschriften auch andere Mediengattungen. 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. Abgefragt wurden 16 Kriterien. Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

ELTERN MEINEN: VOR
ALLEM TV-ANGEBOTE
UND ZEITSCHRIFTEN
FÖRDERN DIE
MEDIENKOMPETENZ
IHRER KINDER.



Fragestellung: Es gibt neben Kinder- und Jugendzeitschriften auch andere Mediengattungen. 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. Abgefragt wurde das Kriterium „Mein Kind wird in seiner Medienkompetenz gefördert“. Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

AUS SICHT DER ELTERN HAT HOMESCHOOLING DIE KOMPETENZ VON KINDERN IM UMGANG MIT DIGITALEN MEDIEN GEFÖRDERT.

Mein Kind hat während der
Schulschließungen im Corona-Lockdown
neue Kompetenzen bei der Nutzung von
digitalen Medien erworben.



Mein Kind kann eigenständig an einer
Video-Konferenz teilnehmen.



6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

MIT ZUNEHMENDEM ALTER DER KINDER STEIGT DAS VERTRAUEN DER ELTERN IN DEREN DIGITALE MEDIENKOMPETENZ.

Mein Kind weiß, wie es Informationen gezielt sucht und findet.

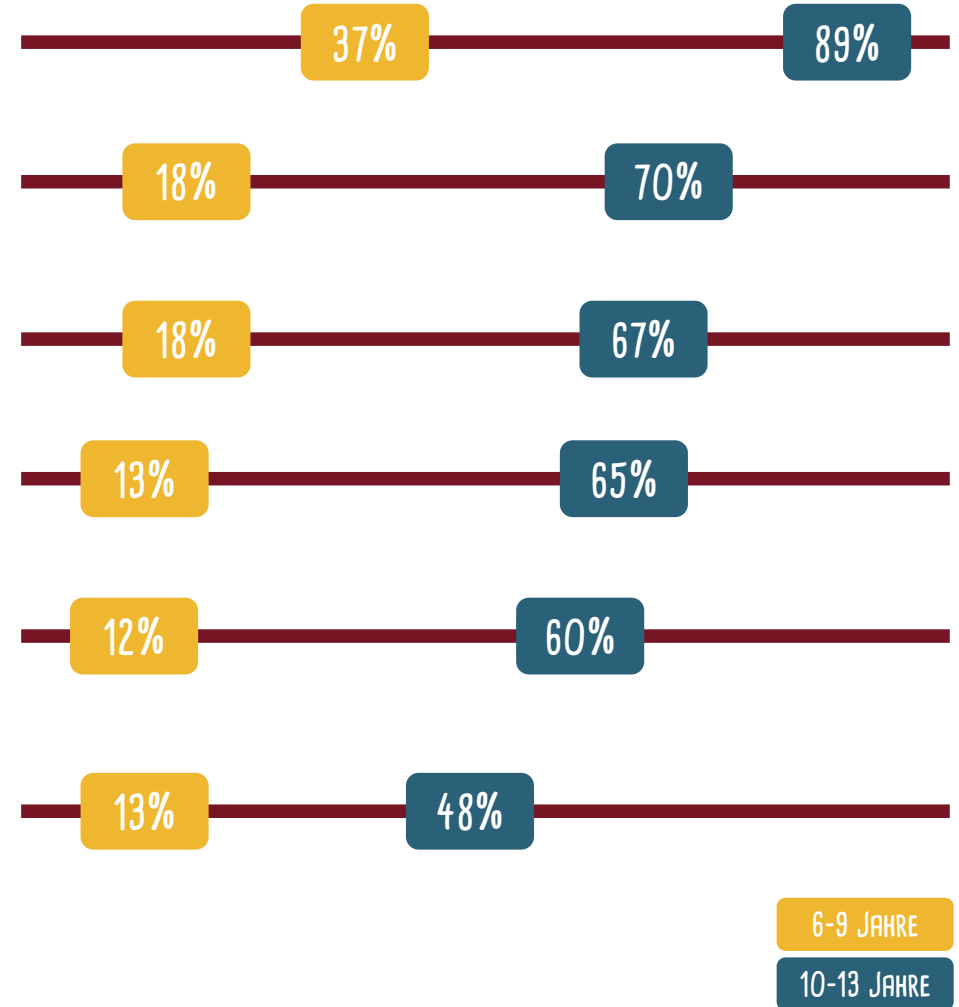
Mein Kind weiß, welche Informationen es im Internet teilen kann und welche besser nicht.

Das Kind/ der Jugendliche darf allein ohne Aufsicht im Internet surfen/ Apps nutzen.

Mein Kind weiß, wie es Personen in Sozialen Netzwerken blockieren kann.

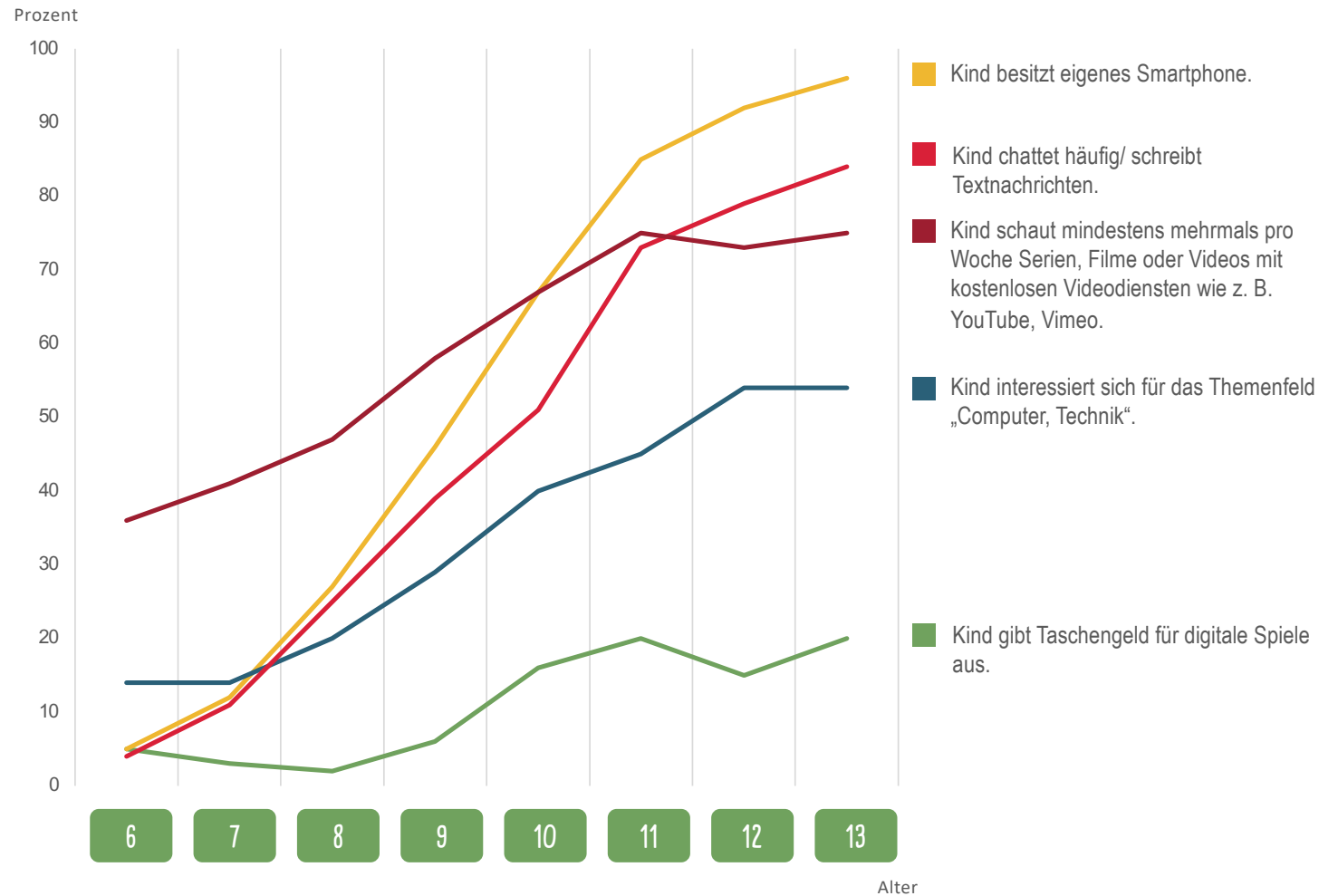
Mein Kind kann Inhalte im Internet daraufhin einschätzen, ob die Informationen vertrauenswürdig und richtig sind.

Das Kind/ der Jugendliche darf selbst bestimmen, welche Apps auf dem Smartphone/ Tablet es nutzt.



Fragestellung: 1. Wie schätzen Sie die Medienkompetenz des befragten Kindes/ des befragten Jugendlichen hinsichtlich folgender Merkmale ein? Abgefragt wurden 9 Merkmale.
2. Was darf das befragte Kind/ der befragte Jugendliche alles? Abgefragt wurden 14 Bereiche. Basis: 5,92 Mio. Gesamt 6-13 Jahre. Antworten der Eltern.

KINDER SIND ZWISCHEN ZEHN UND ELF JAHREN IN DER DIGITALEN WELT ANGEKOMMEN.



Fragestellung: Unterschiedliche Fragestellungen zu den Themenbereichen Besitz, Kommunikation (nur Sechs- bis 13-Jährige), Mediennutzung „Zuschauen“, Themeninteresse und Ausgabe von Taschengeld.
Basis: 5,92 Mio. Gesamt 6-13 Jahre. Antworten der Kinder.

MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

FAZIT

- Wenn es um den Medienkonsum ihrer Kinder geht, haben Eltern eine klare Meinung: Zeitschriften genießen mit Abstand die größte Akzeptanz, gefolgt von Fernsehinhalten.
- Der Umgang mit Medien will gelernt sein. Aus Sicht der Eltern leisten Fernsehen, Mediatheken, Streamingdienste und Zeitschriften im Vergleich zu YouTube, Hörmedien und Sozialen Netzwerken den größten Beitrag, um die Medienkompetenz ihrer Kinder zu fördern.
- Vieles ist in den vergangenen zwei Jahren auf der Strecke geblieben. Die Mediennutzung der Kids jedoch hat durch Corona einen echten Boost erfahren: Aus Sicht der Eltern hat Homeschooling die Kompetenz von Kindern im Umgang mit digitalen Medien gefördert und die Nutzung von mobilen Devices und Computern legitimiert.
- Apropos digitale Medienkompetenz: Informationen zielgerichtet suchen, finden und bewerten? Inhalte (im Internet) teilen oder nicht? Personen in Sozialen Netzwerken blockieren? Das und noch viel mehr können die Kids aus Sicht der Eltern – alles eine Frage des Alters, versteht sich.
- Zwischen zehn und elf Jahren sind Kinder in der digitalen Welt angekommen. Das zeigt sich gleichermaßen an Interesse, Nutzungsverhalten & Freizeitgestaltung der Kinder und am Vertrauen der Eltern und den Freiräumen, die sie ihren Kindern geben.



KAPITEL 2

MEDIENNUTZUNG

Zuschauen, zuhören, lesen – die Medienwelt der Kinder lässt keinen Kanal aus.
Digitales & Analoges halten sich dabei die Waage. Beim Lesen gilt: Sehr gern und
sehr viel – aber bitte von Papier!

ZUSCHAUEN, ZUHÖREN UND LESEN SIND FEST IM KINDERALLTAG VERANKERT.



MINDESTENS MEHRMALS PRO WOCHE:

ZUSCHAUEN

96%

schauen Serien, Filme oder Videos.

ZUHÖREN

84%

hören Musik, (Kinder-)Radiosendungen,
Hörspiele, Hörbücher oder Podcasts.

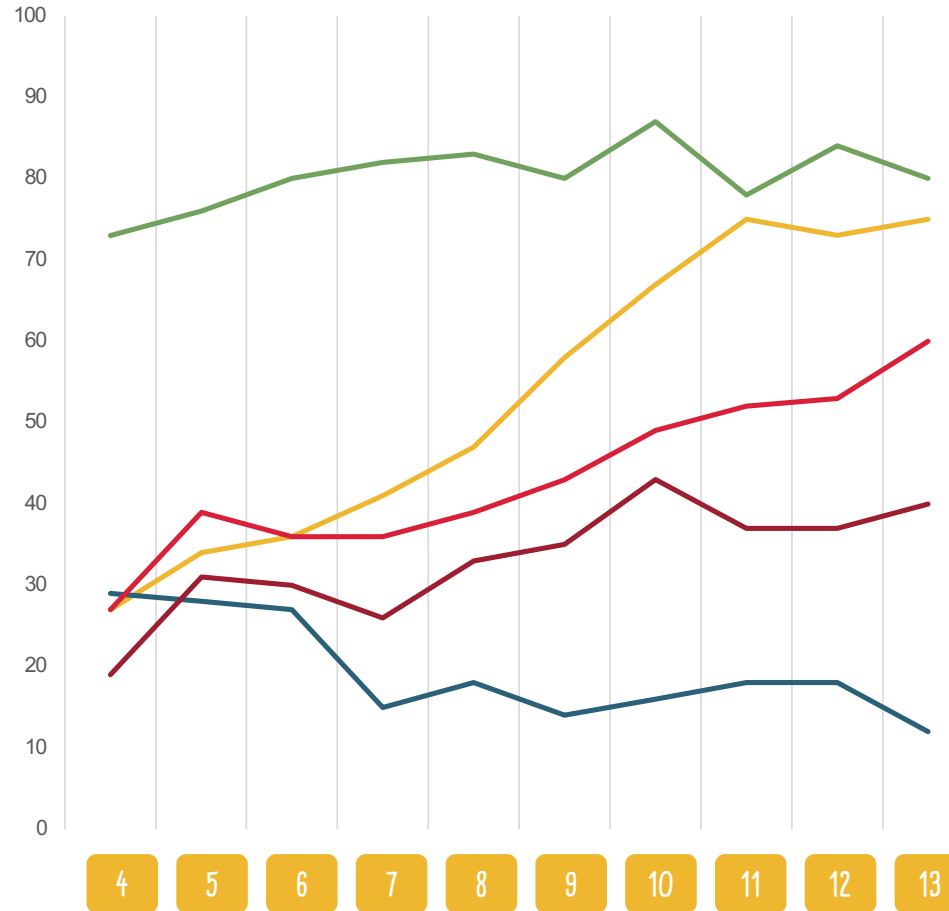
LESEN

75%

lesen Bücher, Zeitschriften, Magazine,
Comics, E-Books oder E-Magazines.

KINDER SCHAUEN AUF
ALLEN SCREENS - UND
ZWAR MINDESTENS
MEHRMALS PRO WOCHE.

Prozent



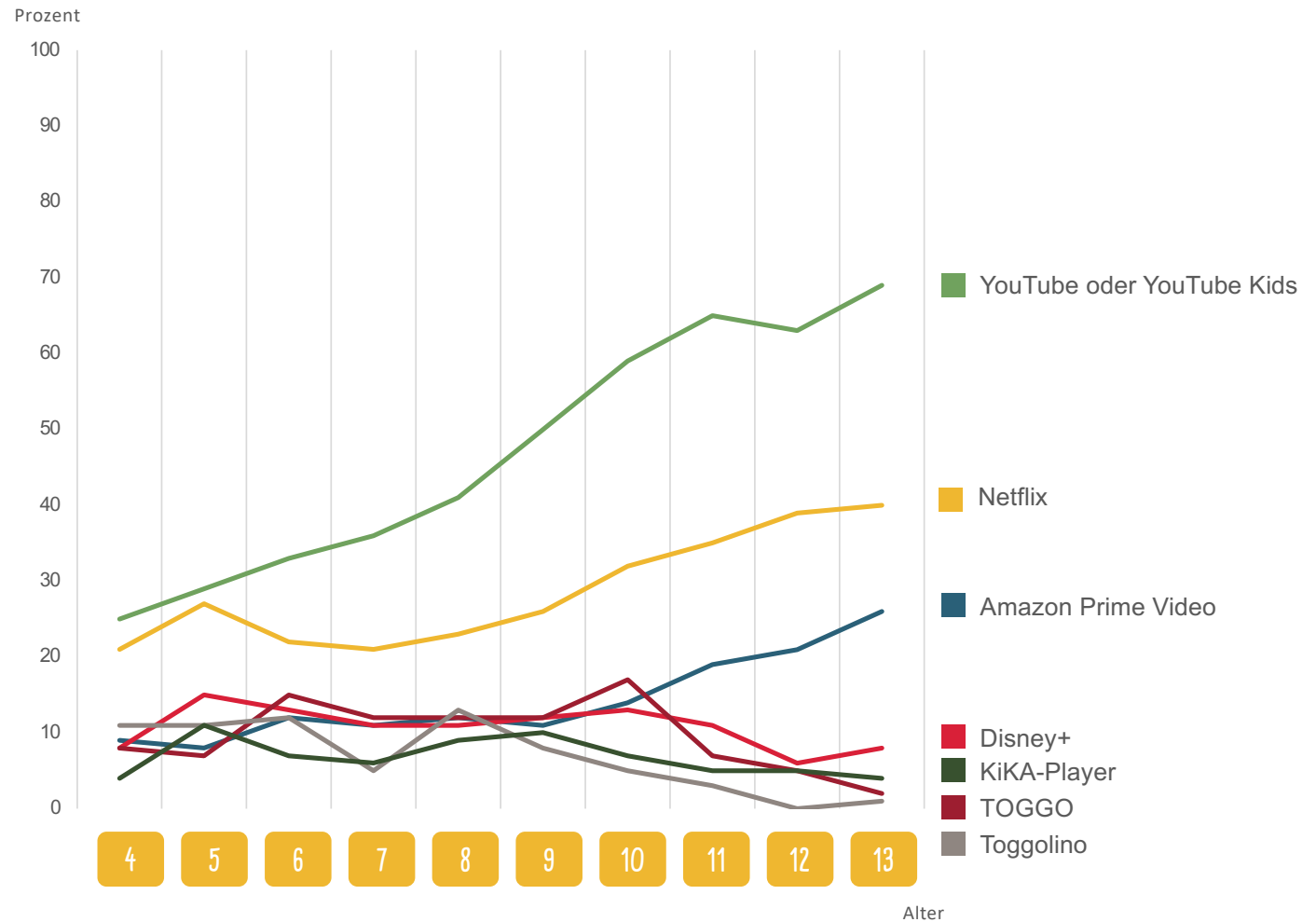
Alter

- 80% der Kinder sehen Serien, Filme und Videos mindestens mehrmals pro Woche genau dann, wenn sie gerade im Fernsehen laufen.
- Das Interesse an kostenlosen Videodiensten wie YouTube wächst zwischen acht und elf Jahren steil an.
- Die Nutzung von Streaming-Diensten entwickelt sich mit dem Älterwerden stetig.
- Mediatheken oder Apps von Fernsehsendern sind schon für Grundschüler interessant.
- DVDs, Blu-rays, Festplatte o. ä. spielen ab einem Alter von sieben Jahren eine eher untergeordnete Rolle.

Fragestellung: Wenn Du Dir in Deiner Freizeit Serien, Filme oder Videos anschaust, machst Du das (Abfrage von 5 Items) 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?

Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

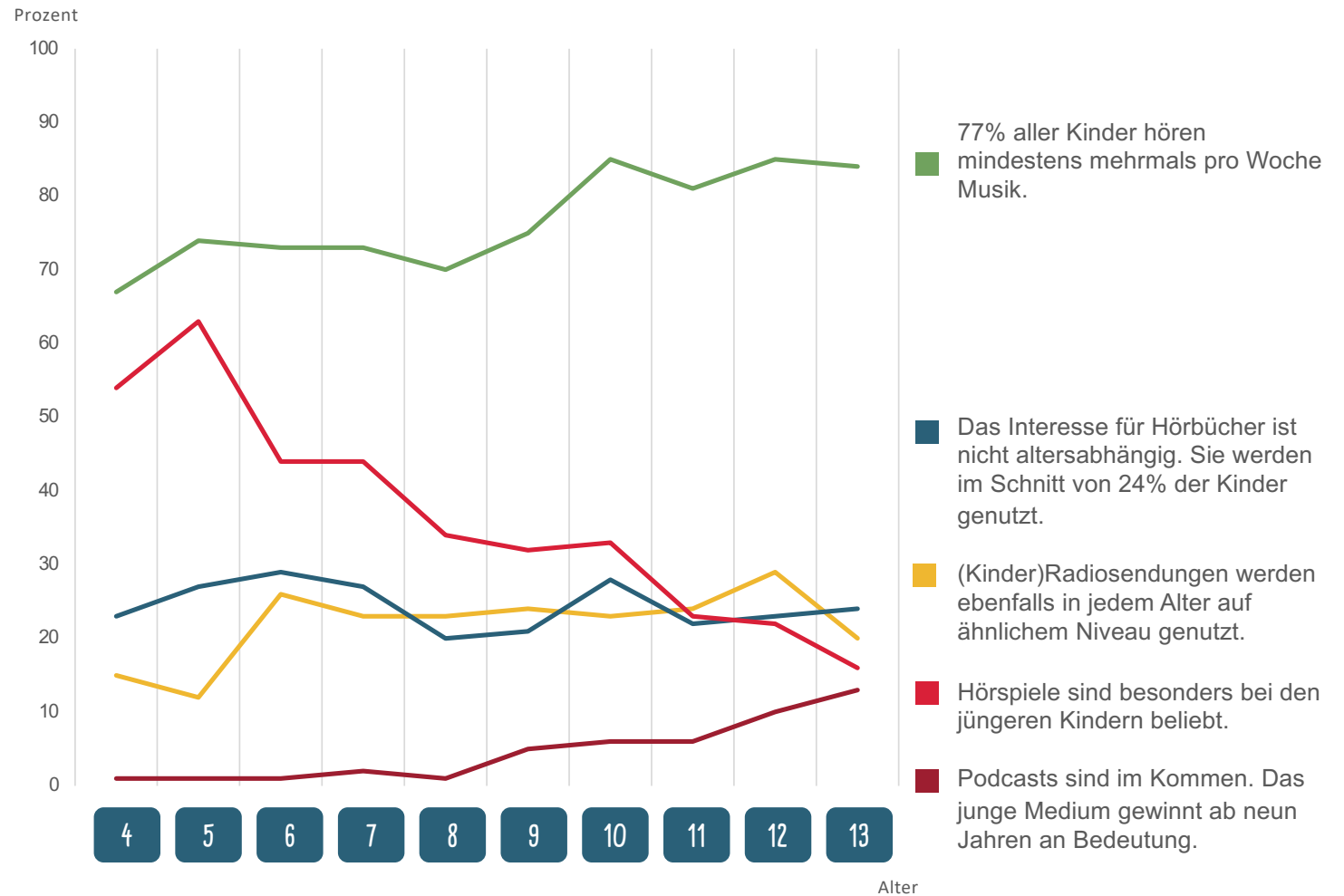
WENN ES UM
STREAMING & CO.
GEHT, HAT YOUTUBE
AB SECHS JAHREN
KLAR DIE NASE VORN.



Fragestellung: Und wenn Du Dir Serien, Filme oder Videos in Deiner Freizeit anschaust, dann kannst Du das ja bei Mediatheken, Apps, Videodiensten und Streamingdiensten auch so machen, dass Du Dir aussuchen kannst, wann Du was sehen möchtest. Machst Du das dann auch mit . . . (Abfrage von 12 Items) und wenn ja, wie oft nutzt 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?

Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

MUSIK ERHÄLT DEN
GRÖßTEN ZUSPRUCH
BEI KLEIN & GROß.



Fragestellung: Hörst Du ... (Abfrage von 5 Items) 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?

Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

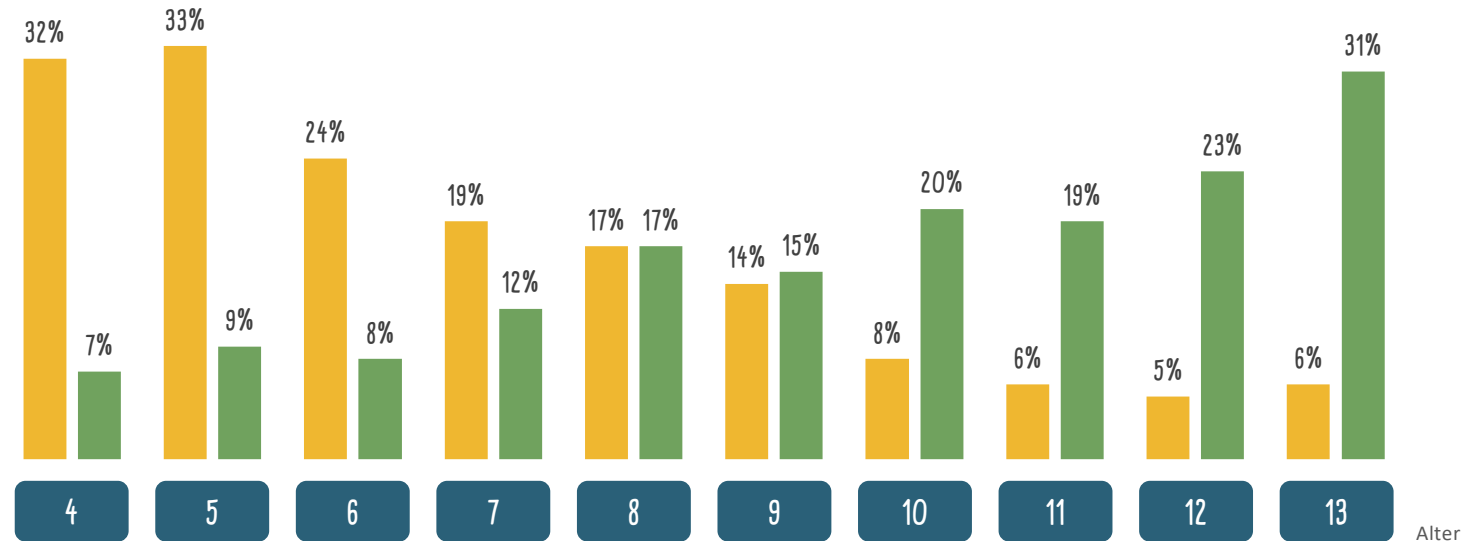
ZUHÖREN

ALEXA FÜR DIE GROßEN, TONIEBOX FÜR DIE KLEINEN



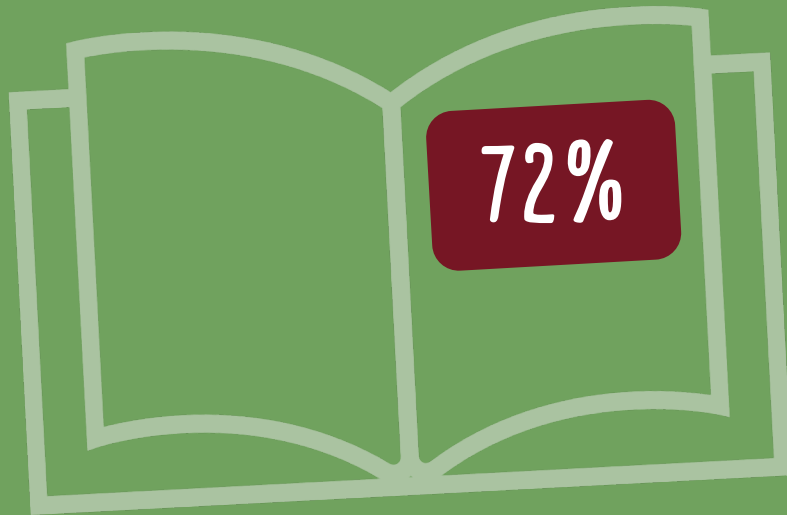
Geräte wie Toniebox,
V-Story, tigerbox

Geräte wie Alexa,
Google Home



LESEN

KINDER LESEN SEHR GERN UND SEHR VIEL - ABER BITTE
VON PAPIER!



LESEN ZEITSCHRIFTEN ODER BÜCHER
MINDESTENS MEHRMALS PRO WOCHE
VON PAPIER.

5%

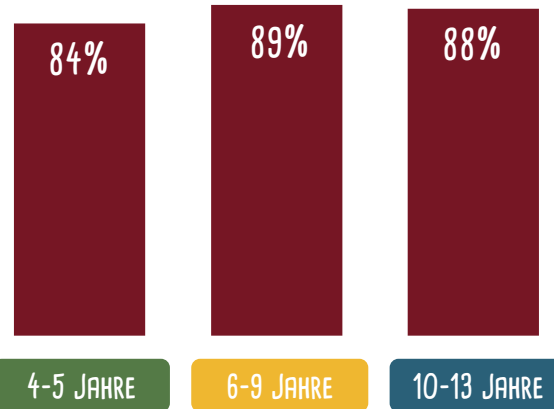
NUTZEN



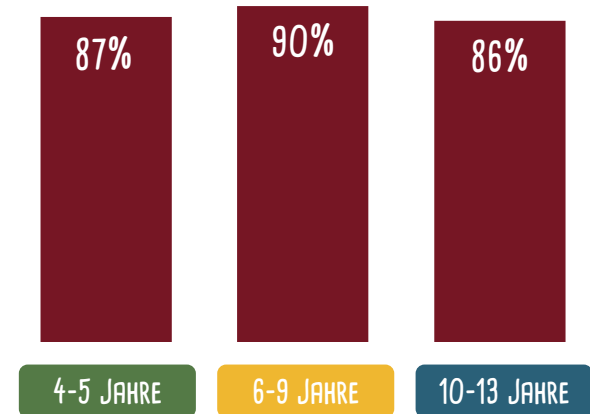
ELEKTRONISCHE LESEMEDIEN

ZEITSCHRIFTEN WERDEN INTENSIV GENUTZT.

Ich lese/ blättere die Zeitschriften
meist vollständig durch.

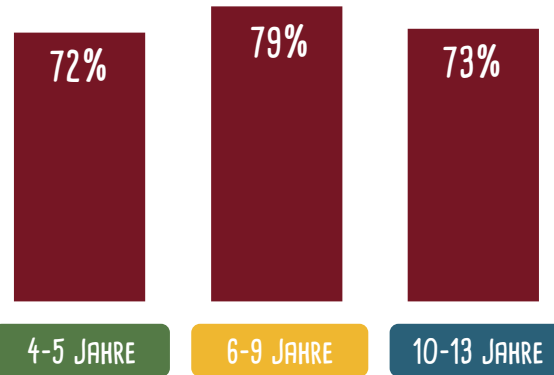


Ich lese/ blättere in den Zeitschriften
immer mal wieder.

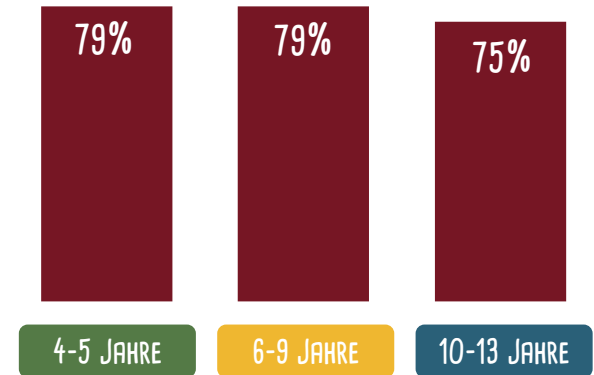


ZEITSCHRIFTEN SIND WERTVOLL UND VERBINDEN.

Ich sammle die Zeitschriften,
bewahre sie auf.



Ich lese/ blättere in den Zeitschriften
zusammen mit anderen.



ZEITSCHRIFTEN:
EINE SUPER KOMBI
AUS SPAß & LERNEN.
DA HAT NICHTS
ANDERES PLATZ.

Ich kann etwas in Zeitschriften lernen.

90%

Mich begeistern die Figuren, Helden und Geschichten in Zeitschriften.

85%

Wenn ich Zeitschriften lese, höre oder schaue ich nebenbei keine anderen Sachen.

77%

Ich kann in Zeitschriften bei Rätseln und Gewinnspielen mitmachen.

69%

Fragestellung: Die folgenden Aussagen können auf Dich und die Zeitschrift(en), die Du regelmäßig oder ab und zu liest, zutreffen. Bitte sage mir zu jeder Aussage auf dieser Liste (Anzahl Aussagen 9), ob das zutrifft, nur teilweise zutrifft, weil es zum Beispiel nur für ganz bestimmte Zeitschriften gilt, oder ob es nicht zutrifft.
Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Zustimmung: trifft zu/trifft teilweise zu; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER LESEN
ZEITSCHRIFTEN,
ELTERN LESEN
MIT!

* Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. 4- bis 5-Jährige: Antworten der Eltern.
6- bis 13-Jährige: Antworten der Kinder.

** Elternteil liest mindestens eine der vom Kind gelesenen Ausgaben mit.
Ergebnisse auf jeweiliger Leserbasis. Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre.



5,8 MILLIONEN**

Elternteile werden mindestens auch von
den ausgewiesenen Zeitschriften erreicht.

4,8 MILLIONEN*

der Vier- bis 13-Jährigen lesen
mindestens eine der ausgewiesenen Zeitschriften



ELTERN **LESEN MIT.** UND ZWAR BEI KINDERN JEDEN ALTERS.

Ein Elternteil liest mit bei ...

90%

der Vier- bis Fünfjährigen.

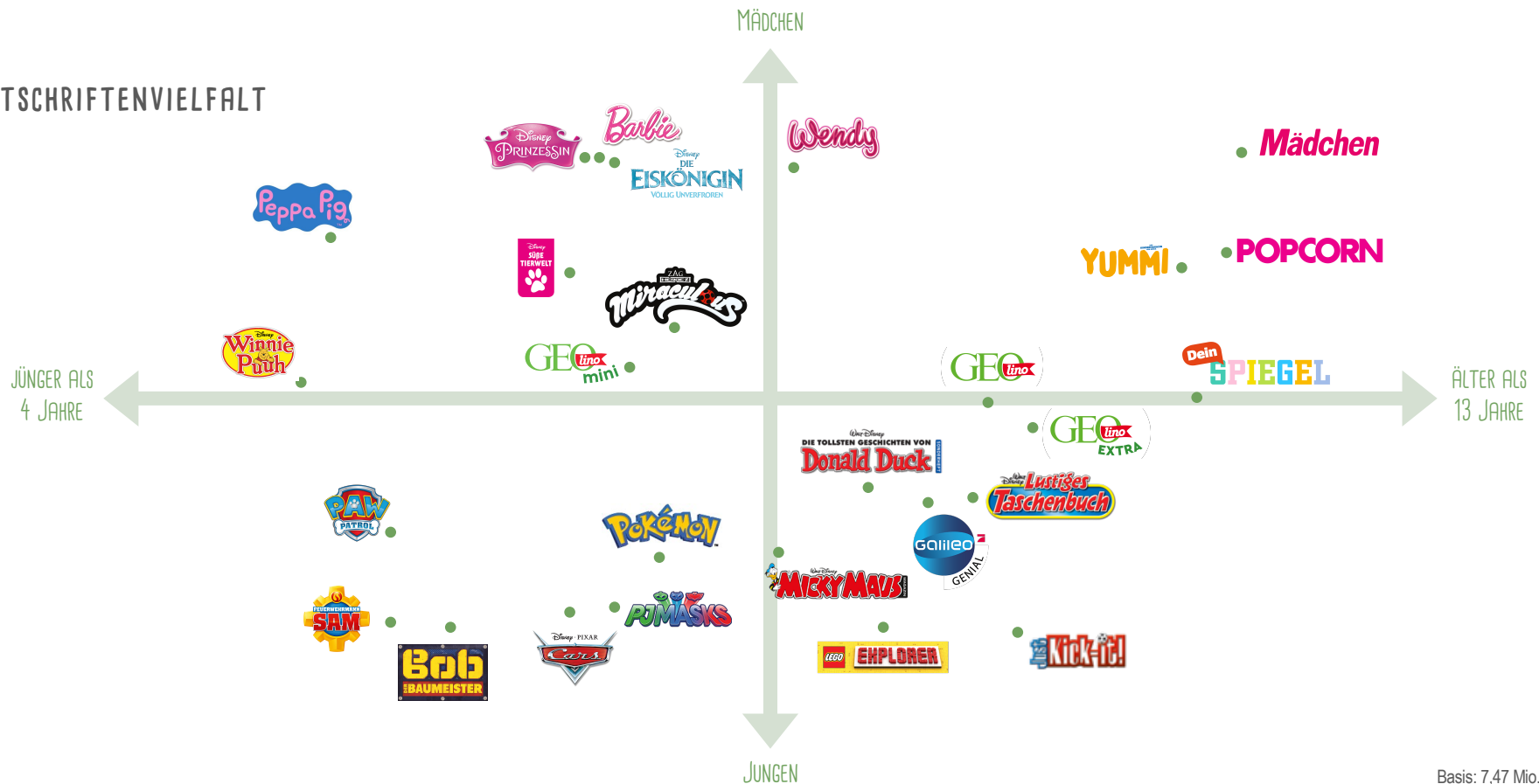
73%

der Sechs- bis Neunjährigen.

67%

der Zehn- bis 13-Jährigen.

ZEITSCHRIFTENVIELFALT

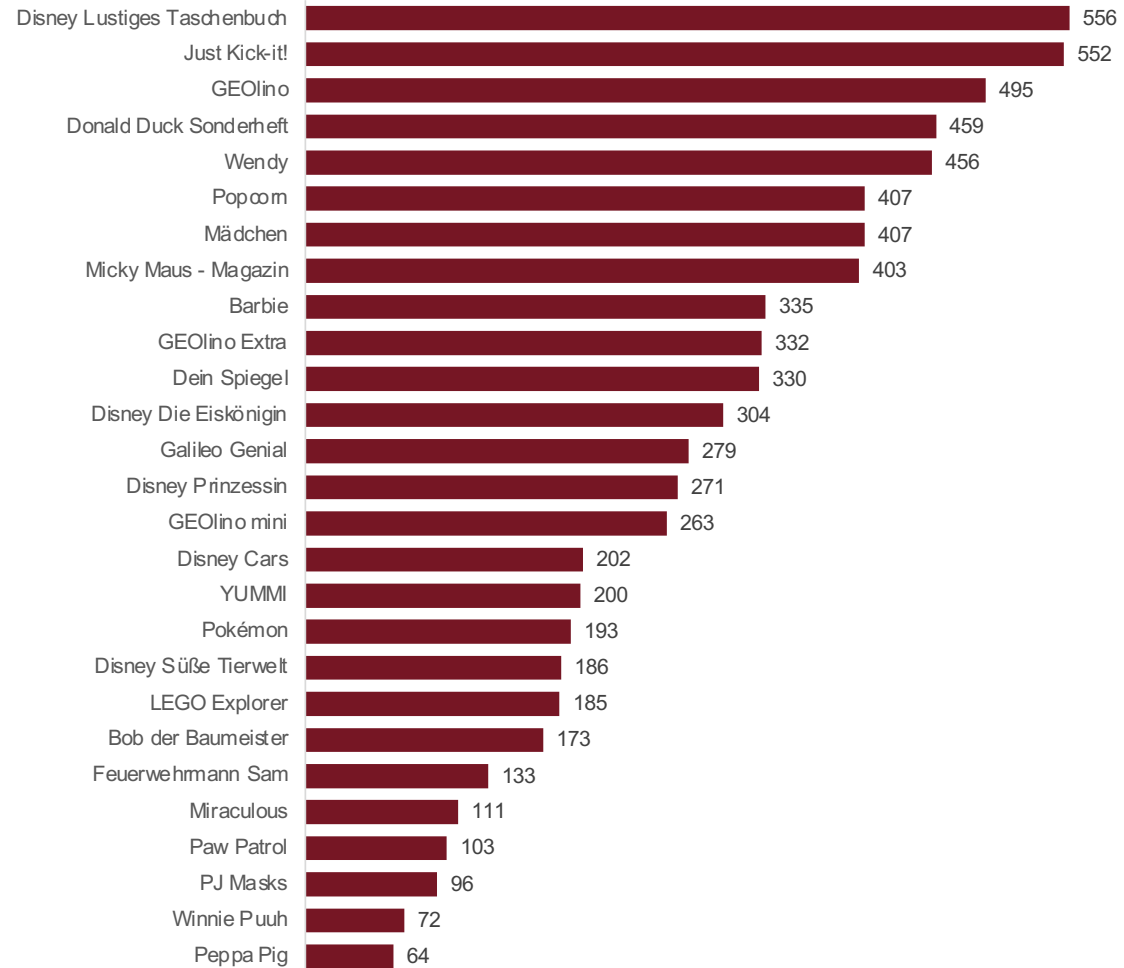


Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre.

FÜR JEDE(N) ETWAS DABEI!

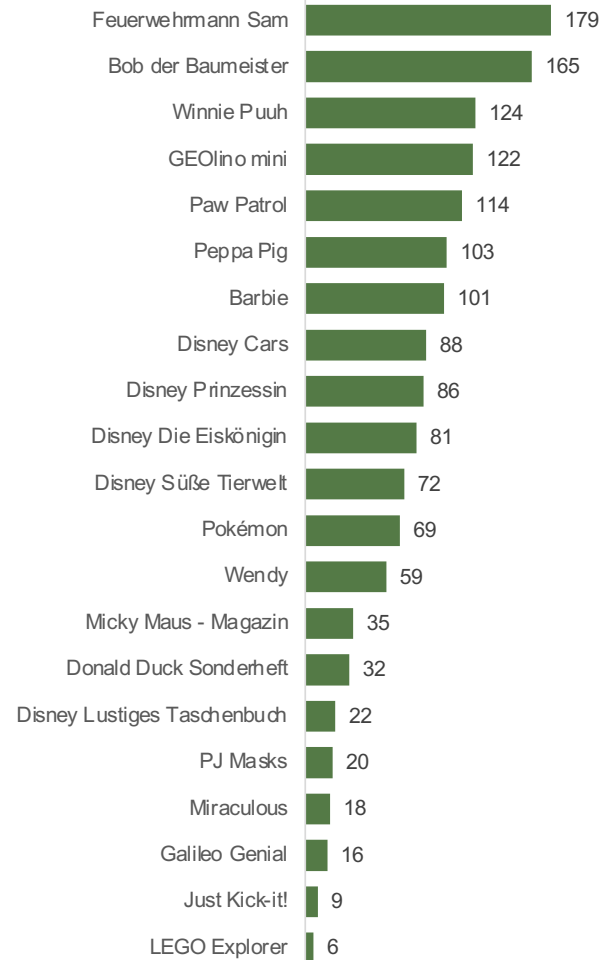
POSITIONIERUNG NACH ALTER & GESCHLECHT

GESAMT 6-13 JAHRE
27 TITEL



Basis: 5,92 Mio. Gesamt 6-13 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder. Reichweiten im Detail im Anhang der Präsentation.

GESAMT 4-5 JAHRE
22 TITEL



Basis: 1,55 Mio. Gesamt 4-5 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Eltern. Reichweiten im Detail im Anhang der Präsentation.

FAZIT

- Medien sind aus dem Alltag von Mädchen und Jungen zwischen vier und 13 Jahren nicht mehr wegzudenken. Abhängig vom jeweiligen Alter nutzen sie regelmäßig ein vielfältiges Medienrepertoire: Zuschauen, zuhören, lesen sind fest im Kinderalltag verankert.
- Das lineare Fernsehen ist die wichtigste Quelle für Bewegtbild bei Kindern: 80% der Kinder sehen Serien, Filme und Videos mindestens mehrmals pro Woche genau dann, wenn sie gerade im Fernsehen laufen.
- YouTube und ähnliche Videoplattformen sind ab neun Jahren relevant, wohingegen die kostenpflichtigen Streamingdienste auch schon jüngere Kinder erreichen – die höchste Nutzungsfrequenz aber ebenfalls bei den Älteren erzielen.
- Bei Grundschulern besonders beliebt sind Apps oder Mediatheken der Fernsehsender, die zeitversetzt die aus dem TV bekannten Inhalte anbieten.
- Wenn es ums Zuhören geht, ist Musik der Inhalt, der bei Klein und Groß den meisten Zuspruch erhält.
- Spannend wird es in den nächsten Jahren sein, die Entwicklung von Podcasts zu verfolgen. Das junge Medium findet ab neun Jahren Beachtung.

FAZIT

- Zeitschriften nehmen eine besondere Rolle im Leben der Kids ein. Sie stellen einen analogen Gegenpol zu den schnellen Erlebniswelten dar, die digitale Medien bieten. Denn zum Gesamtvergnügen „Lesen“ gehört echtes Blättern dazu.
- Gelesen wird sehr viel: 72% aller Kinder lesen Bücher oder Zeitschriften mindestens mehrmals pro Woche von Papier. Elektronische Endgeräte und Lesemedien spielen in keinem Alter eine Rolle.
- Gelesen wird sehr intensiv und aufmerksam: 88% lesen/ blättern die Zeitschriften meist vollständig durch, ebenfalls 88% lesen/ blättern in den Zeitschriften immer mal wieder.
- Zeitschriften sind wertvoll und verbinden: 75% bewahren ihre Zeitschriften auf, 78% lesen zusammen mit anderen.
- Zeitschriften sind eine super Kombination aus Spaß & Lernen. Sie genießen ungeteilte Aufmerksamkeit: Wenn Kinder Zeitschriften lesen, hören oder schauen 77% nebenbei keine anderen Sachen.
- Kinderzeitschriften haben eine breite Leserschaft: 4,8 Millionen der Vier- bis 13-Jährigen lesen mindestens eine der 27 ausgewiesenen Zeitschriften. Darüber hinaus erreichen diese mindestens auch 5,8 Millionen Elternteile. Dabei lesen Eltern bei Weitem nicht nur bei den Kleinsten mit. Bei den Zehn- bis 13-Jährigen liegt der Anteil mitlesender Eltern bei 67%.



KAPITEL 3

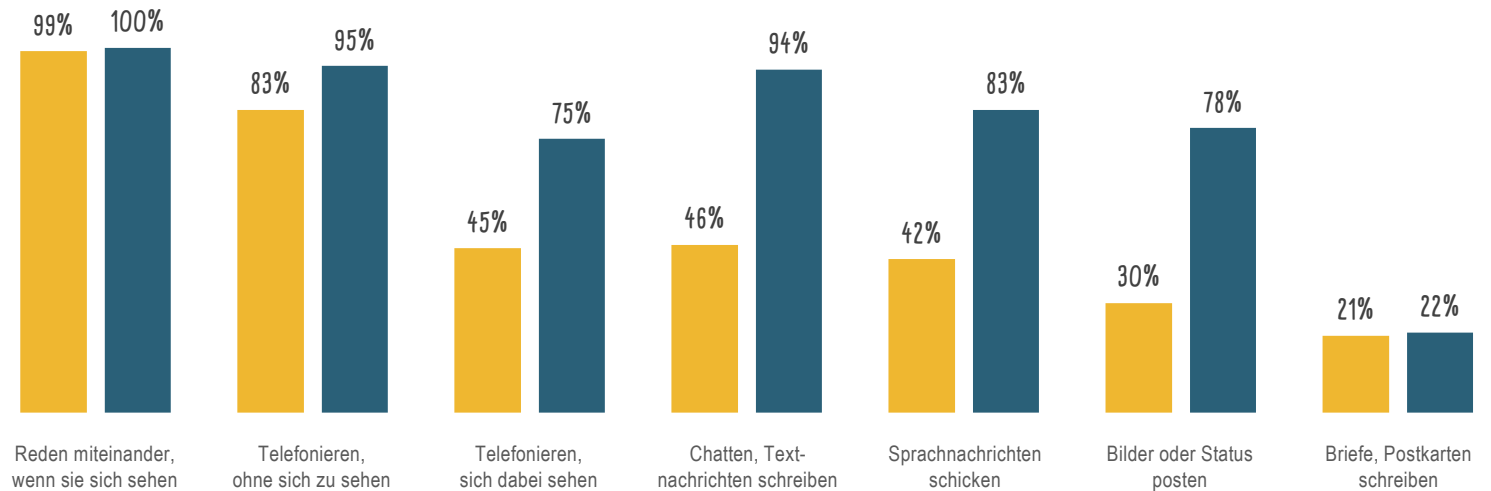
KOMMUNIKATIONSKANÄLE & -APPS

Chatten ist mega, reden noch mehr! Die Relevanz von Kommunikation per App steigt mit zunehmendem Alter. Dennoch suchen Kinder das persönliche Gespräch – physisch und am Telefon.

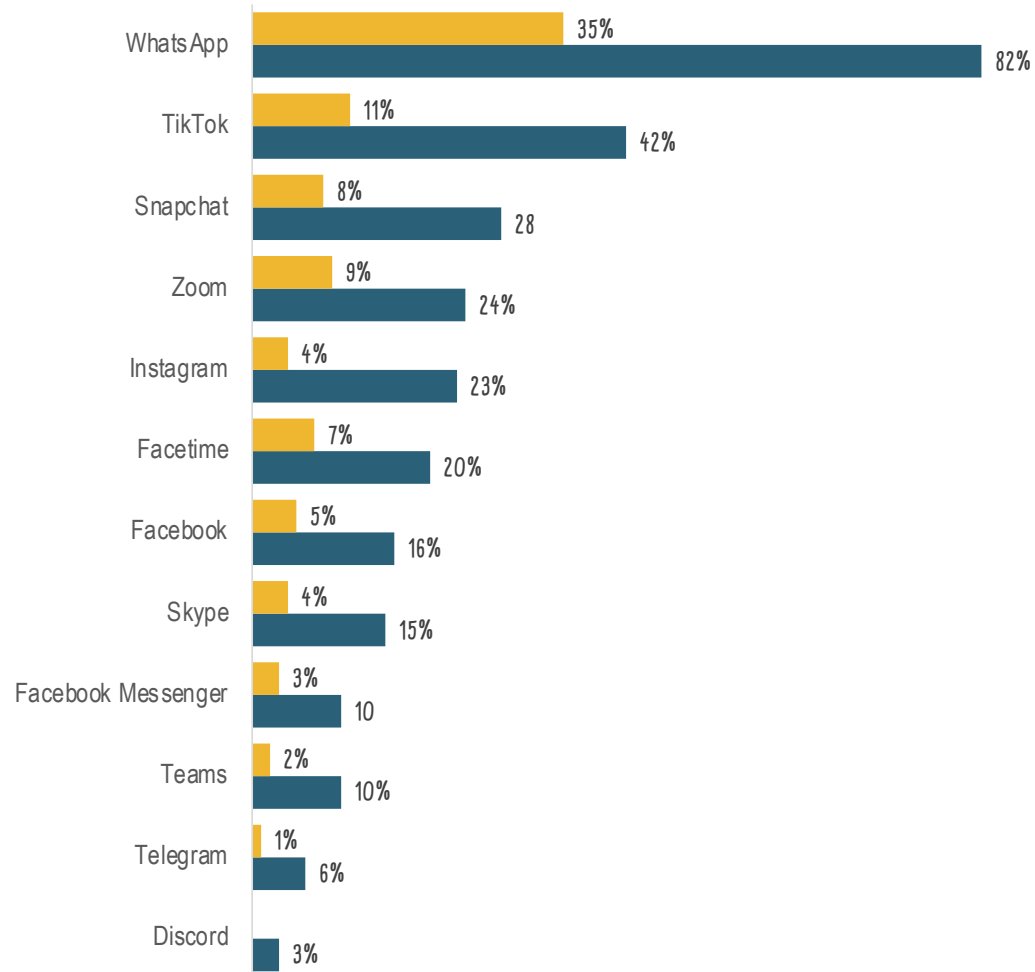
KINDER SUCHEN DAS PERSÖNLICHE GESPRÄCH - PHYSISCH UND AM TELEFON.

6-9 JAHRE

10-13 JAHRE



WENN ES UM
KOMMUNIKATIONS- &
SOCIAL-MEDIA-APPS
GEHT, HAT WHATSAPP
KLAR DIE NASE VORN.



6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

Fragestellung: Du hast gesagt, Du besitzt ein Smartphone oder Tablet oder kannst es mitbenutzen. Welche der folgenden Apps benutzt Du?
Basis: 5,92 Mio. Gesamt 6-13 Jahre. Antworten der Kinder.

KOMMUNIKATIONSKANÄLE & -APPS

FAZIT

- Kinder suchen das persönliche Gespräch – physisch und am Telefon: Dass Kinder miteinander reden, wenn sie sich sehen, versteht sich von selbst. Interessant ist, dass das gesprochene Wort auch am Telefon die Videotelefonie schlägt: 89% telefonieren, ohne sich zu sehen. 60% telefonieren „face to face“.
- Wenn es um digitale Kommunikation und Social Media geht, hat WhatsApp klar die Nase vorn. Ab zehn Jahren steigt auch die Relevanz anderer Angebote. Bei den Zehn- bis 13-Jährigen liegt TikTok schon auf dem zweiten Platz, gefolgt von Snapchat, Zoom und Instagram. Die Sechs- bis Neunjährigen nutzen – wenn überhaupt – WhatsApp.



KAPITEL 4

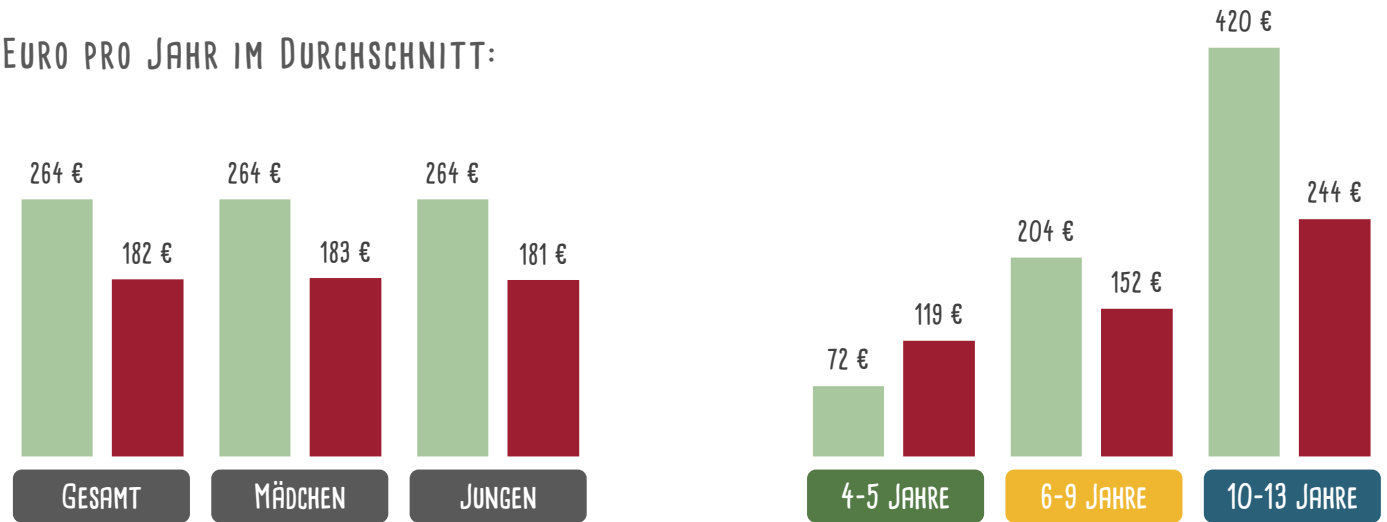
GELD & KONSUM

Kinder konsumieren gern und können es sich leisten: Sie verfügen insgesamt über 3,3 Mrd. Euro pro Jahr. Eltern sind spendabel: In den vergangenen zwölf Monaten haben sie insgesamt 5,3 Milliarden Euro in ihre Kinder investiert.

KINDER VERFÜGEN PRO JAHR ÜBER INSGESAM 3,3 MILLIARDEN EURO AUS TASCHENGELD UND GELDGESCHENKEN.



EURO PRO JAHR IM DURCHSCHNITT:

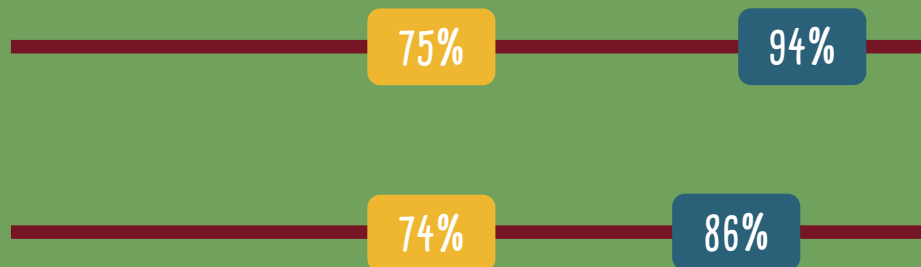


DIE KINDER DÜRFEN FREI ÜBER IHR TASCHENGELD VERFÜGEN.

UND DAS TUN SIE!

Das Kind darf sein Taschengeld
in vollem Umfang selbständig ausgeben.

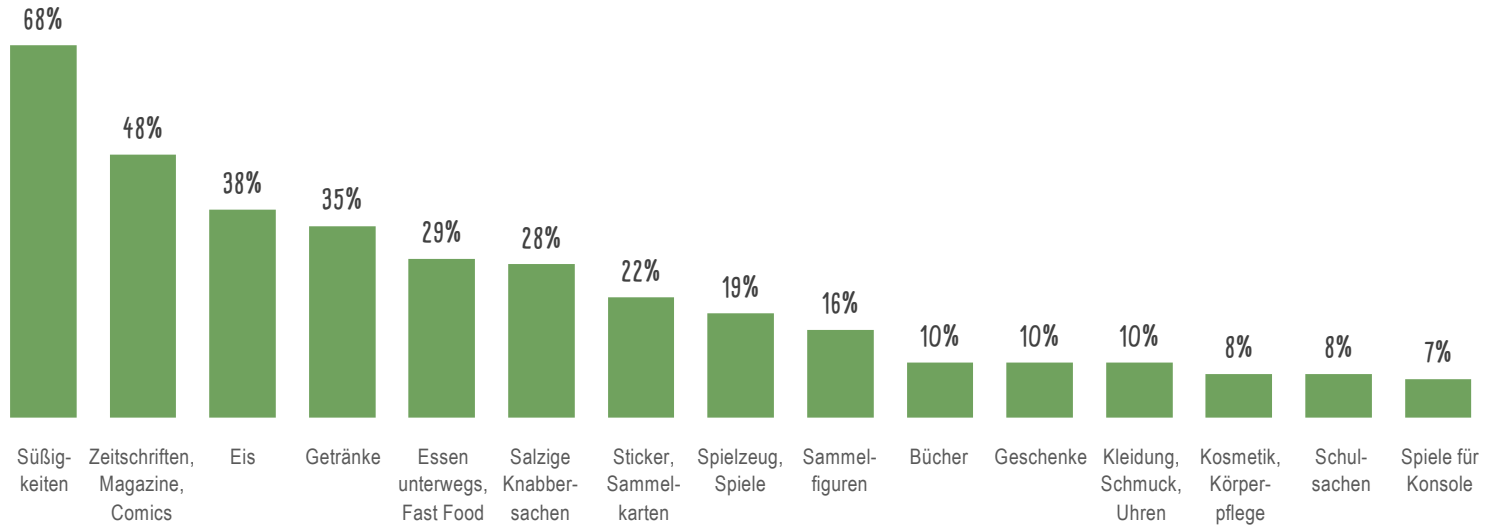
Ein Großteil der Sechs- bis 13-Jährigen gibt
auch mindestens die Hälfte seines monatlich
verfügbaren Geldes gleich wieder aus.



6-9 JAHRE

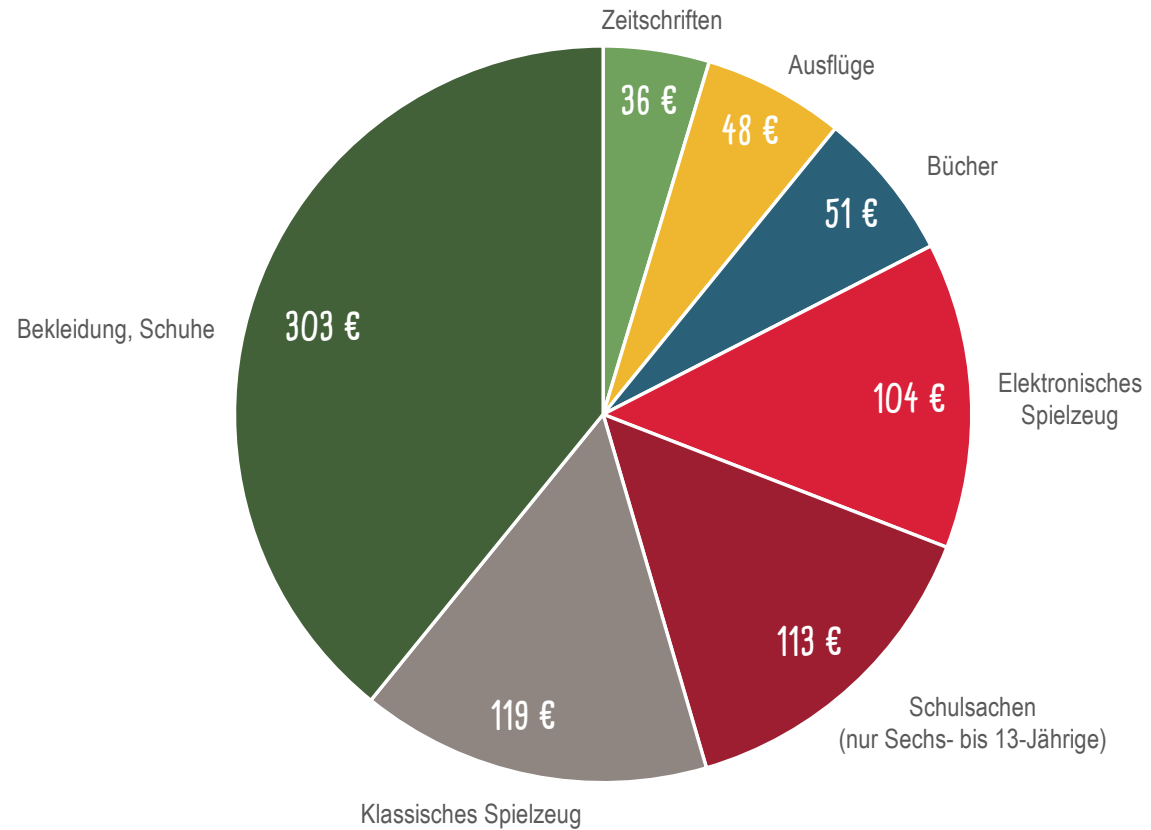
10-13 JAHRE

NASCHKATZEN UND LESERATTEN: WOFÜR KINDER IHR TASCHENGELD AUSGEBEN:



ELTERN INVESTIEREN
IN IHRE KINDER:

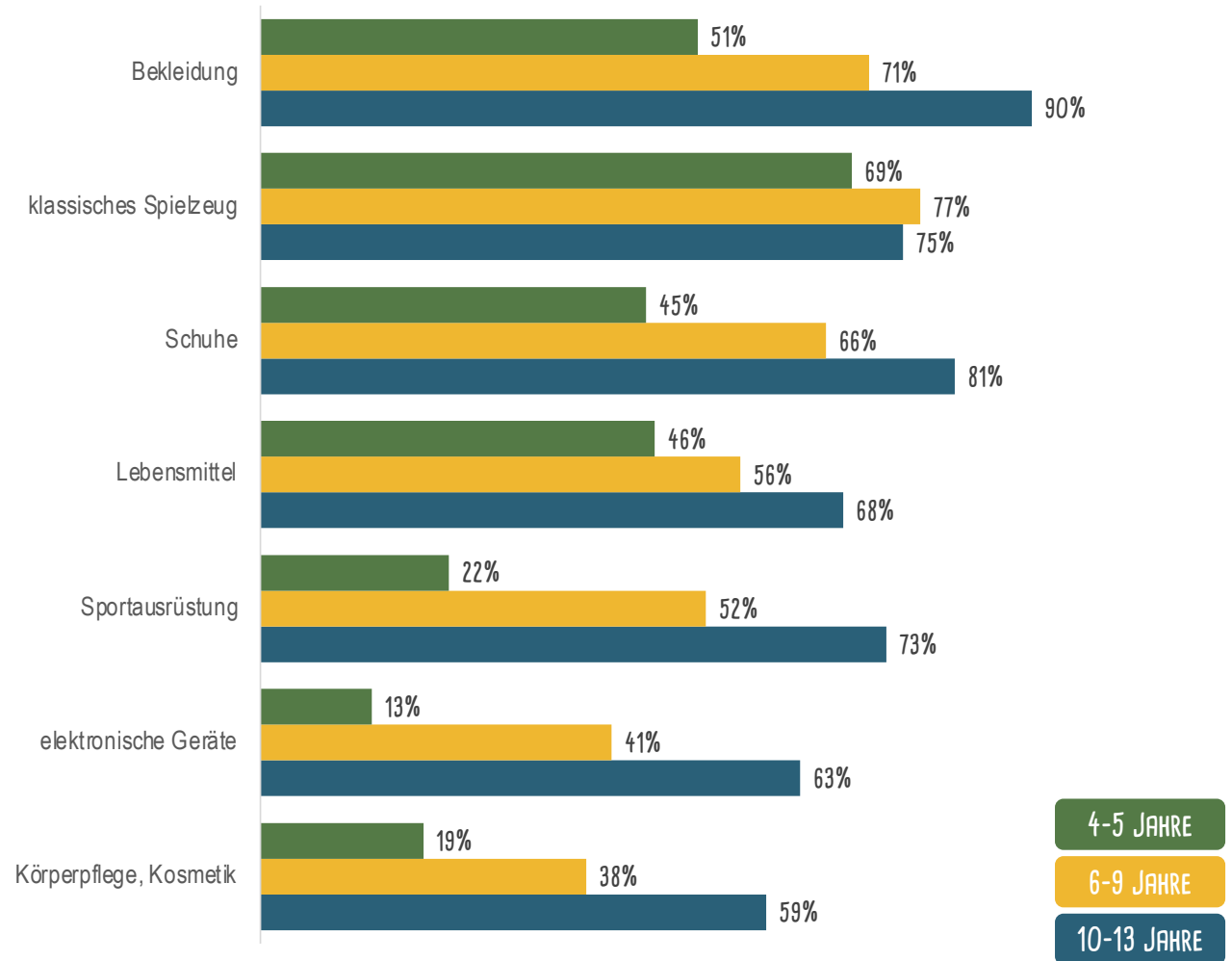
5,3 MILLIARDEN
EURO IN DEN LETZTEN
ZWÖLF MONATEN.



Ø-AUSGABEN PRO KIND IN
DEN LETZTEN ZWÖLF MONATEN

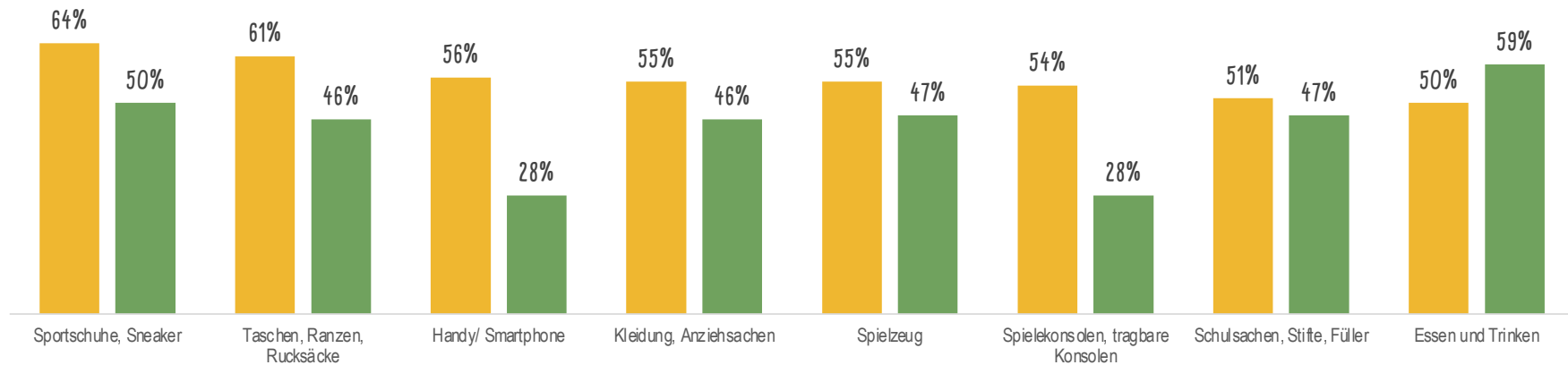
Fragestellung: Wie viel Euro haben Sie in den letzten 12 Monaten schätzungsweise für ... (Abfrage von 7 Kriterien bei den Sechs- bis 13-Jährigen, 6 Kriterien bei den Vier- bis Fünfjährigen) für das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen ausgegeben? Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

FÜR ELTERN SIND DIE
KINDER MEIST DIE
WICHTIGSTE
INFORMATIONSOURCE
BEI DER
KAUFENTSCHEIDUNG.



Fragestellung: Die folgenden Dinge können Sie für das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen kaufen. Wen fragen Sie hauptsächlich bzw. wo informieren Sie sich, wenn Sie für das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen diese Dinge einkaufen wollen? Abgefragt wurden 7 Dinge. Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

KINDER HABEN VIELE MARKENWÜNSCHE, DIE VON DEN ELTERN HÄUFIG ERFÜLLT WERDEN.



Marke wichtig bei ...

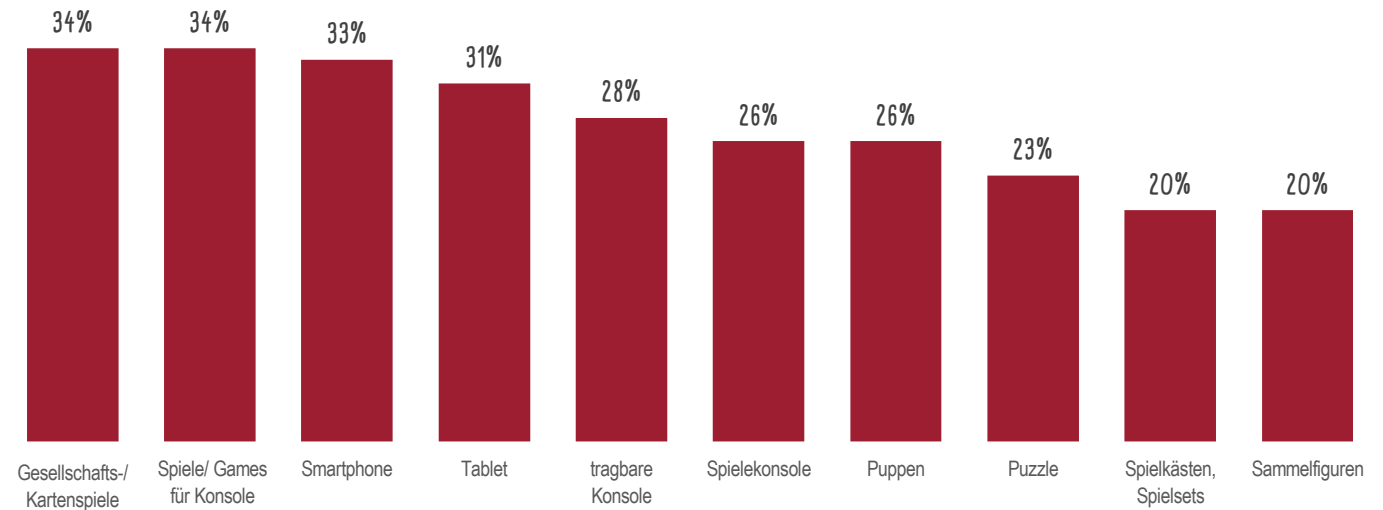
Markenwunsch wird meistens erfüllt bei ...

Fragestellung: 1. 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. 2. 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? Abgefragt wurden in beiden Fragestellungen die identischen 8 Kategorien.
Basis: 5,92 Mio. Gesamt 6-13 Jahre. 1. Antworten der Kinder. 2. Antworten der Eltern.



TOP 10

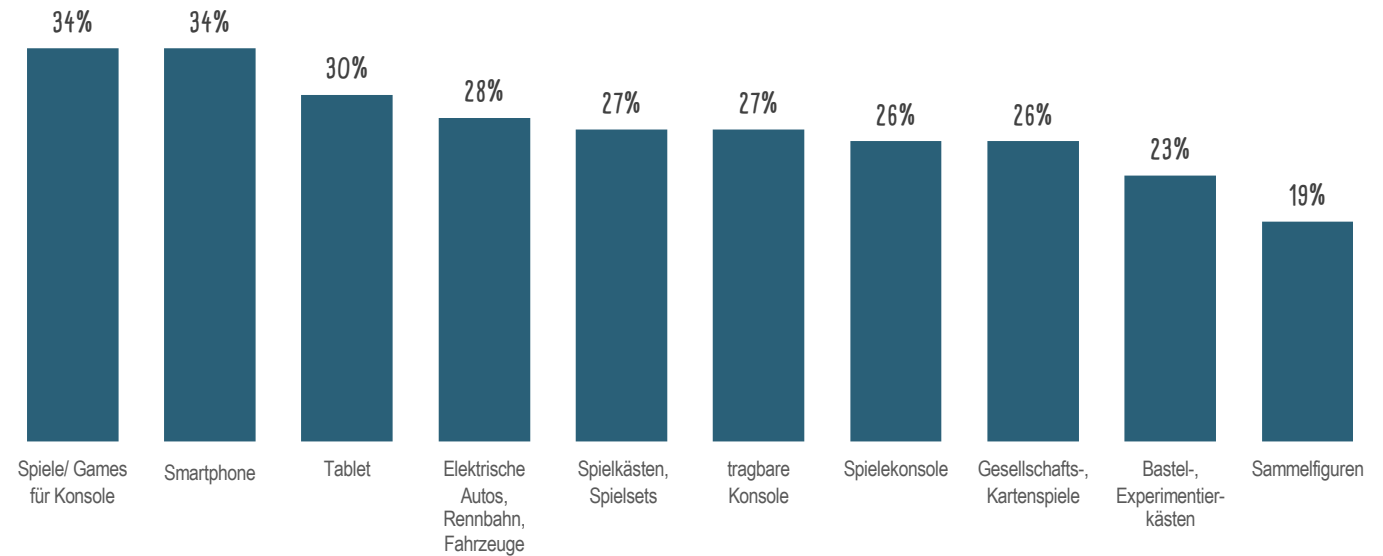
MÄDCHENWÜNSCHE?
KLASSISCHES SPIEL-
ZEUG UND DIGITALES
EQUIPMENT.





TOP 10

KONSOLENSPIELE UND
DIGITALE DEVICES
STEHEN BEI DEN
JUNGEN GANZ OBEN
AUF DER WUNSCHLISTE



FAZIT

- Kinder sind milliardenstark. Taschengeld und Geldgeschenke bescherten ihnen eine enorme Kaufkraft. Sie verfügen über insgesamt 3,3 Milliarden Euro pro Jahr.
- Über ihr Taschengeld dürfen Kinder frei verfügen. 88% der Sechs- bis 13-Jährigen geben ihr Geld gleich wieder aus – am liebsten für Süßigkeiten und Zeitschriften.
- Auch die Eltern sind spendabel, wenn es um ihre Kinder geht. In den vergangenen zwölf Monaten haben sie insgesamt 5,3 Milliarden Euro investiert, unter anderem in Bekleidung, klassisches und elektronisches Spielzeug und Ausflüge.
- Was Kinder sich nicht selbst kaufen, kaufen die Eltern für sie, wobei diese sich rückversichern, um nichts falsch zu machen: Für Eltern sind die Kinder meist die wichtigste Informationsquelle bei der Kaufentscheidung.
- Kinder haben viele Wünsche. Dabei spielen Markenprodukte eine wichtige Rolle, egal ob Kleidung, Schuhe, Spielzeug oder Handy. Mindestens die Hälfte der Kinder äußert Markenwünsche, die häufig von den Eltern erfüllt werden.

FREIZEITVERHALTEN & THEMENINTERESSEN

In ihrer Freizeit nutzen Kinder alle Möglichkeiten aus: mit Freunden, der Familie, drinnen und draußen, offline und online. Kinder lieben die Vielfalt und die Beschäftigung. Das spiegelt sich auch in ihren Themeninteressen wider.

DRAUßEN TOBEN UND SOZIALE KONTAKTE - DAS FREIZEITREZEPT DER KIDS FÜR LEBENSQUALITÄT UND BALANCE.



78%

DRAUßEN TOBEN*

*TROTZ CORONA AM WICHTIGSTEN FÜR DIE KIDS!

75%

ZEIT MIT FREUNDEN*

70%

AUSRUHEN & CHILLEN

44%

FAMILIENZEIT**

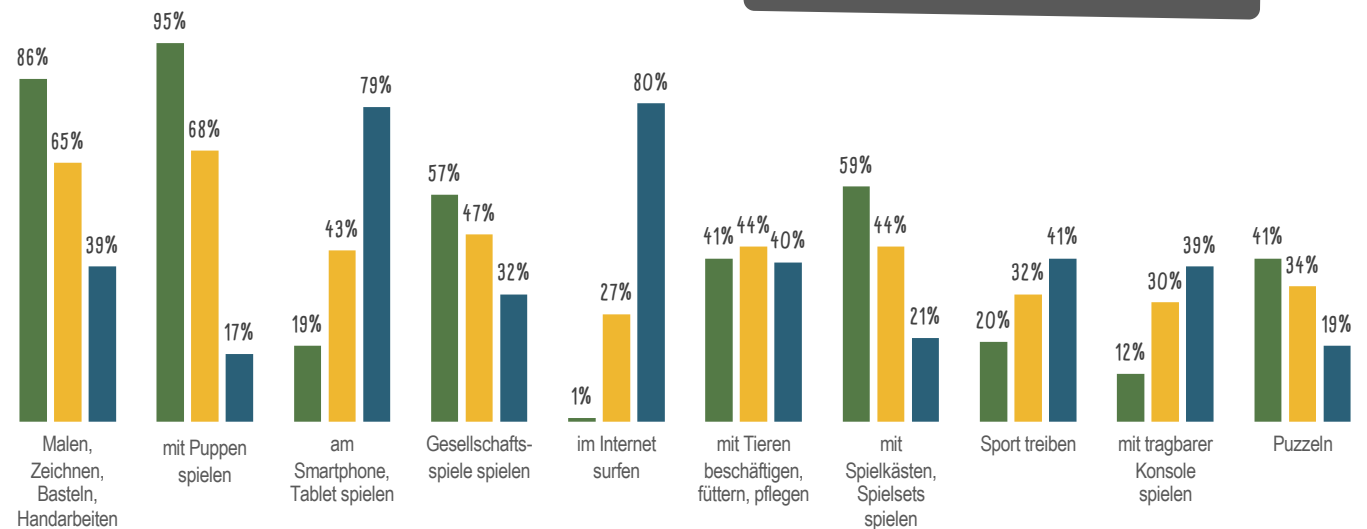
** GENAUSO WERTVOLL WIE YOUTUBE!



TOP 10

MINDESTENS MEHRMALS PRO WOCHE

KLEINE MÄDCHEN
MALEN GERN UND
SPIELEN MIT PUPPEN.
GROSSE GREIFEN
LIEBER ZUM
SMARTPHONE.



4-5 JAHRE

6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

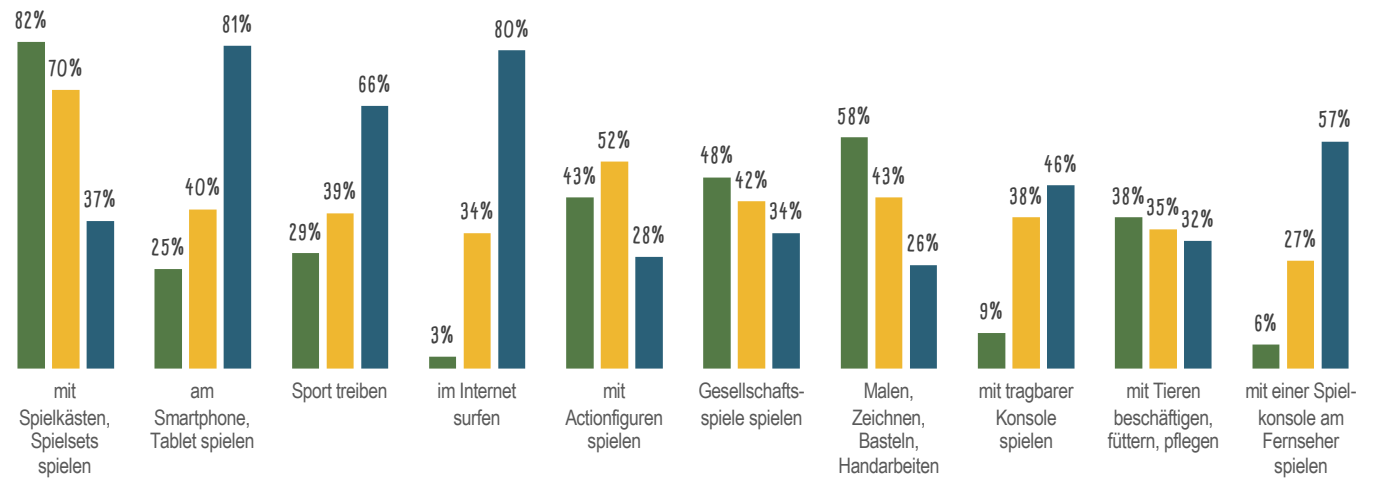
ALLE JUNGEN
SPIELEN GERN!

JE NACH ALTER EHER
MIT SPIELKÄSTEN
ODER MIT DIGITALEN
DEVICES.



TOP 10

MINDESTENS MEHRMALS PRO WOCHE



4-5 JAHRE

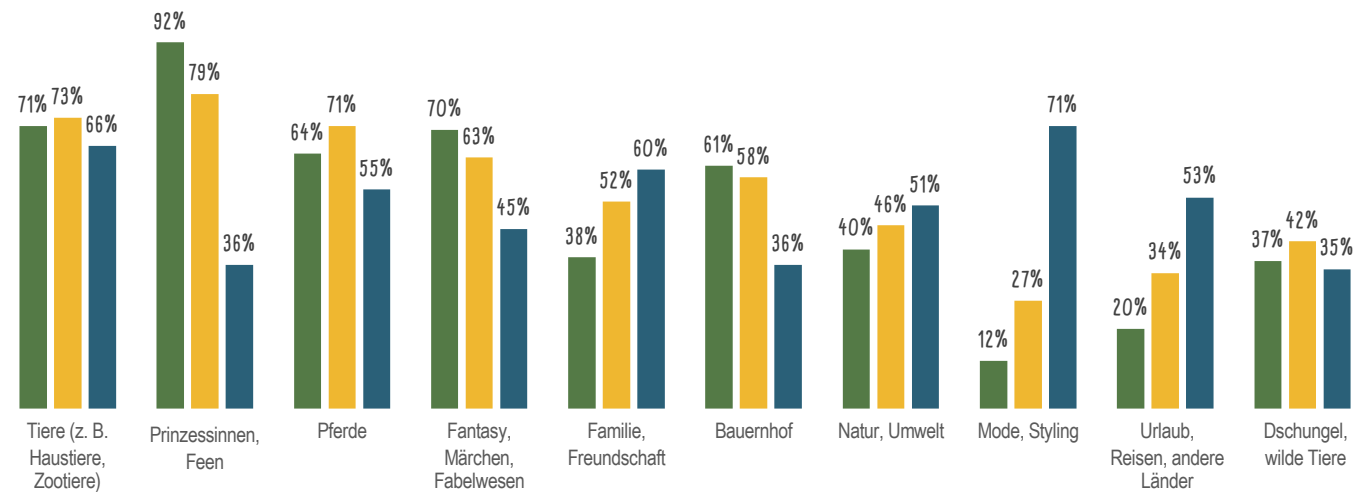
6-9 JAHRE

10-13 JAHRE



TOP 10

INTERESSE AN
TIEREN, NATUR &
UMWELT?
BEI DEN MÄDCHEN
KEINE FRAGE DES
ALTERS.



4-5 JAHRE

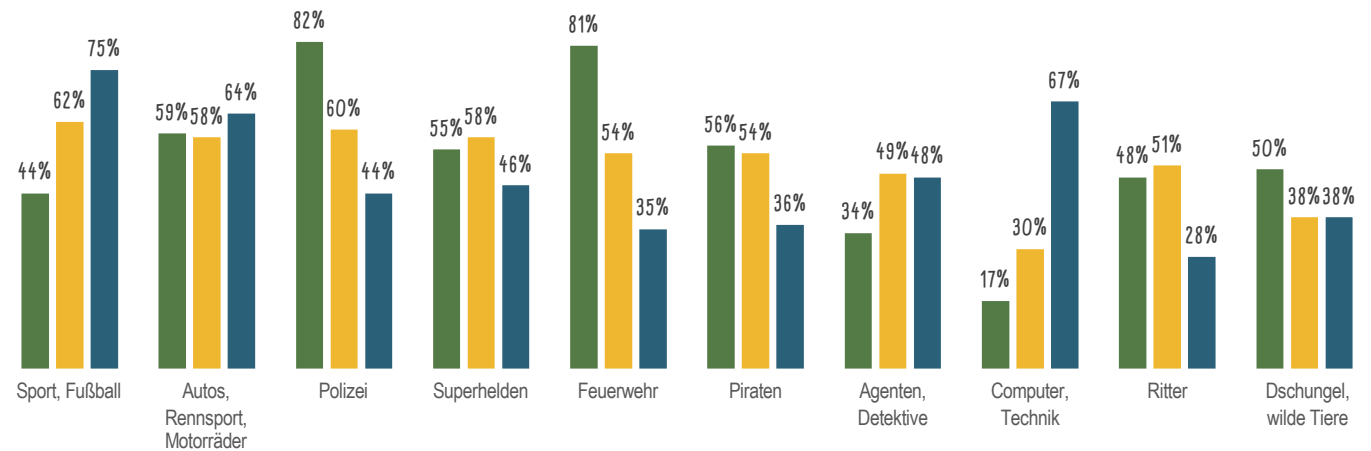
6-9 JAHRE

10-13 JAHRE



TOP 10

DIE KLEINSTEN
BEGEISTERN SICH
FÜR REALE HELDEN.
DIE GROßEN VOR
ALLEM FÜR
SPORT & TECHNIK.



4-5 JAHRE

6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

FREIZEITVERHALTEN & THEMENINTERESSEN

FAZIT

- Trotz Corona: Toben an der frischen Luft und gemeinsame Zeit mit Freunden stehen bei Kindern mindestens mehrmals pro Woche an erster Stelle.
- Wichtig für die Balance: Ausruhen & chillen!
- Familienzeit ist genauso wertvoll wie YouTube: Knapp die Hälfte der Kinder macht mindestens mehrmals in der Woche etwas zusammen mit der Familie.
- Die meisten Mädchen lieben Haustiere - ganz egal wie alt sie sind. Ab zehn Jahren bekommt die Tierliebe Konkurrenz durch Mode- & Styling-Themen.
- Kleine Jungen begeistern sich für reale Helden: Sie sind Fans von Polizei und Feuerwehr. Die Großen interessieren sich vor allem für Fußball & Sport, Computer & Technik. Bei Autos und Rennsport sind sich alle einig, das Interesse am „heißen Reifen“ liegt in allen Altersklassen auf gleichem Niveau.



BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

KAPITEL 6

(Umwelt)Bewusstsein entsteht in den Kinderzimmern. Kinder entwickeln schon früh ein Gespür für die großen ökologischen und sozialen Fragen. Das Interesse ist groß und auch das Bedürfnis, einen eigenen Beitrag zu einer lebenswerten Welt zu leisten.

KINDER NEHMEN
DIE REALITÄT
DEUTLICH WAHR
UND ERNST - UND
SIE WOLLEN
MITGESTALTEN.

Ich achte darauf, Müll richtig zu trennen.

71% 81%

Ich mache mir Sorgen wegen des Klimawandels.

46% 71%

Ich finde es wichtig, dass Dinge wie Kleidung oder Spielzeug wiederverwendet/ recycelt werden können.

46% 56%

Wir kaufen/ verwenden zu Hause Bio-Produkte.

40% 53%

Ich setze mich für den Schutz von Tieren ein.

36% 49%

Ich setze mich für den Klimaschutz ein (z. B. bei Aktionen in Schule, Kindergarten oder Vereinen/ mit Eltern oder Freunden etc.).

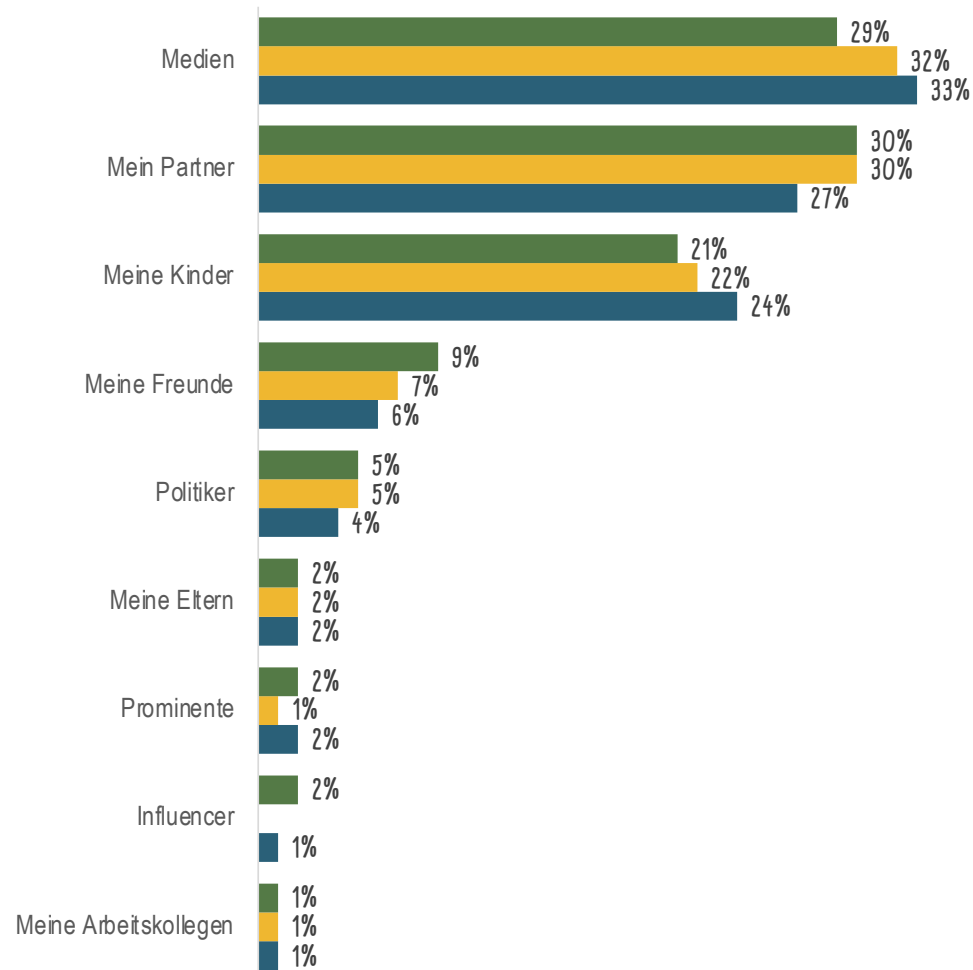
25% 47%

6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

Fragestellung: Jetzt geht es noch um das Thema Nachhaltigkeit bzw. Umwelt- und Tierschutz. Treffen die folgenden Aussagen auf Dich zu, auch wenn das nur manchmal zutrifft?
Abgefragt wurden 7 Aussagen. Basis: 5,92 Mio. Gesamt 6-13 Jahre. Antworten der Kinder.

IN UMWELTFRAGEN SIND SELBST DIE KLEINSTEN WICHTIGE EINFLUSSQUELLEN FÜR IHRE ELTERN.



4-5 JAHRE

6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

Fragestellung: Jetzt noch eine Frage zu den Themen Nachhaltigkeit und Umwelt. Wer beeinflusst Ihr Verbraucherverhalten am meisten, wenn es um diese Themen geht?
Abgefragt wurden 9 Einflussquellen. Basis: 7,47 Mio. Gesamt 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

FAZIT

- Kinder nehmen die Realität deutlich wahr und ernst: Viele machen sich Sorgen wegen des Klimawandels.
- Kinder blicken in die Zukunft. Besonders Nachhaltigkeit ist ein Thema, das sie bewegt und das sie mitgestalten wollen.
- Eltern hören auf ihre Kinder. In Nachhaltigkeits- und Umweltfragen haben Kinder Einfluss auf ihre Eltern: Nach Medien und dem eigenen Partner sind Kinder die wichtigste Einflussquelle für die Eltern.



Grundgesamtheit	5,92 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren 1,55 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 4 bis 5 Jahren
Stichprobe	2.046 Doppelinterviews ‚6-13 Jahre‘ (jeweils ein Kind und ein Erziehungsberechtigter) 526 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten für die 4- bis 5-Jährigen
Stichprobenverfahren	Quoten-Verfahren
Erhebungsmethode	C.A.P.I./C.A.S.I.
Feldzeit Welle 2021	16.2. bis 31.3.2021
Methodische Betreuung/ Federführendes Institut	Immediate GmbH, Bremen
Feldinstitute	KRÄMER Marktforschung GmbH, Münster forsa marplan Markt- und Mediaforschungsgesellschaft mbH, Frankfurt am Main

KINDER MEDIEN MONITOR 2021 - UNTERSUCHUNGSSTECKBRIEF

Der KINDER MEDIEN MONITOR 2021 ist eine Reichweitenstudie gemäß ZAW-Rahmenschema.

KINDER MEDIEN MONITOR - IHRE ANSPRECHPARTNER



Fabian Wolff
Edeka Verlagsgesellschaft mbH
EDEKA Media GmbH
New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Tel.: 040 63 77 50 94
Fabian.Wolff@edeka.de
www.edeka.de



Frauke Baer
Gruner + Jahr GmbH
Ad Alliance GmbH
Am Baumwall 11
20459 Hamburg

Tel.: 040-28 66 86 42 32
frau.kaer@ad-alliance.de
www.guj.de
www.ad-alliance.de



Steffen Volkmer (PR)
Panini Verlags GmbH
Schloßstraße 76
70176 Stuttgart

Tel.: 0711-94 76 88 24
steffen.volkmer@panini.de
www.panini.de

Ilona Wolf (Media)
Blaufener
Verlagsvertretungen GmbH
Bahnenfelder Steindamm 72
22761 Hamburg

Tel.: 040-226 34 49 25
i.wolf@blaufener.com
www.blaufener.com

EGMONT
Ehapa Media

Dirk Eggert
Egmont Ehapa Media GmbH
Egmont MediaSolutions
Alte Jakobstraße 83
10179 Berlin

Tel.: 030-24 00 81 16
d.eggert@egmont.de
egmont-mediasolutions.de
egmont.de

SUPER RTL

Sebastian Verfürth
SUPER RTL
Fernsehen GmbH & Co. KG
Picassoplatz 1
50679 Köln

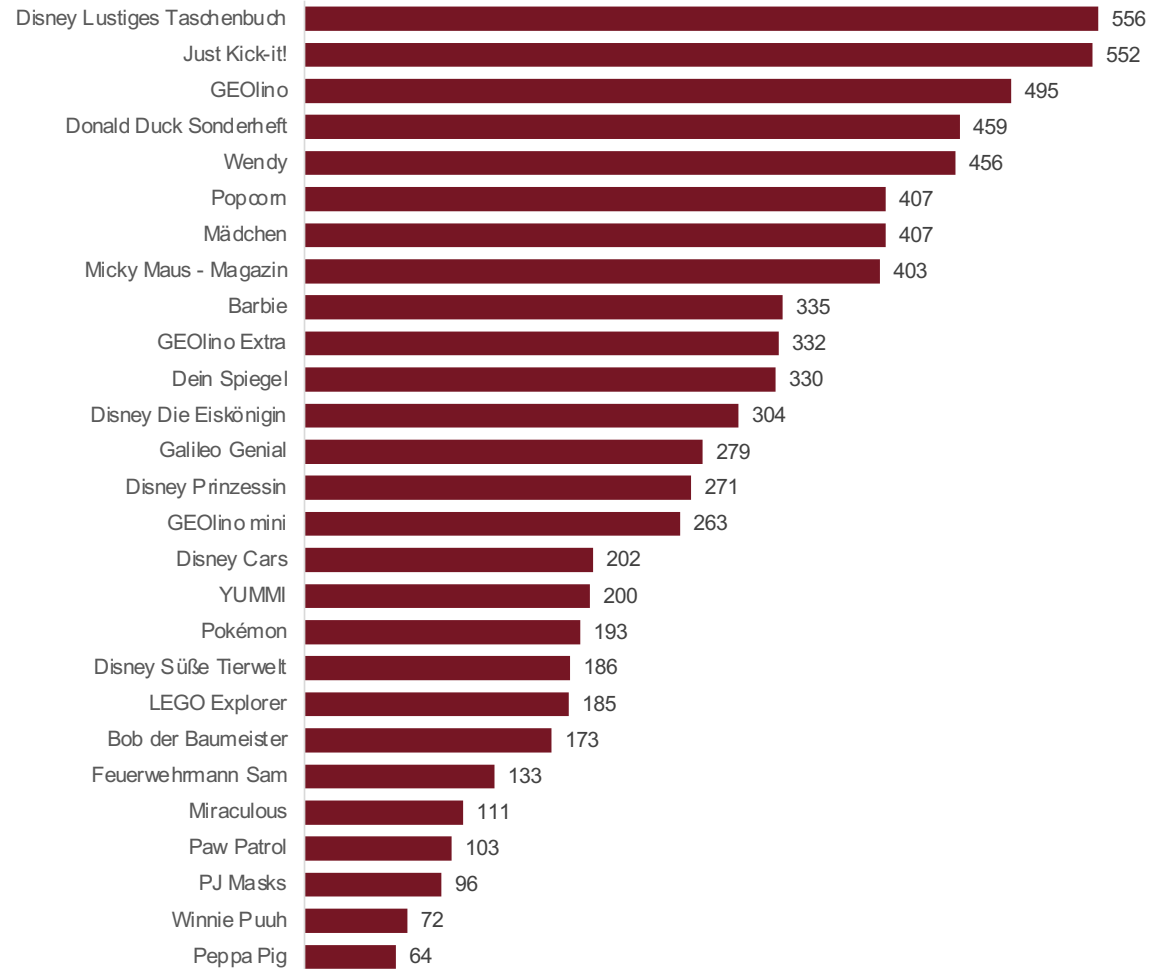
Tel.: 0221-45 65 13 32
sebastian.verfurth@superrtl.de
unternehmen.superrtl.de



REICHWEITEN

DER AUSGEWIESENEN ZEITSCHRIFTEN IM DETAIL

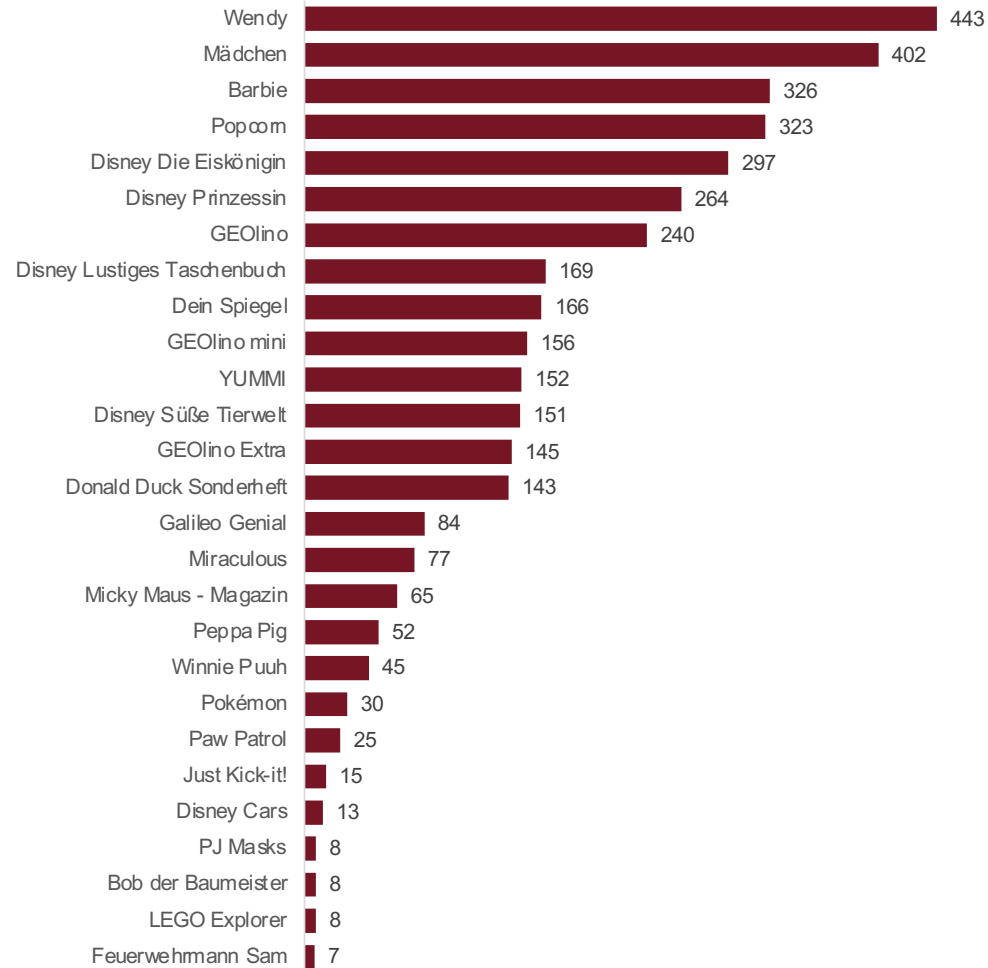
GESAMT 6-13 JAHRE
27 TITEL



Basis: 5,92 Mio. Gesamt 6-13 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

MÄDCHEN 6-13 JAHRE

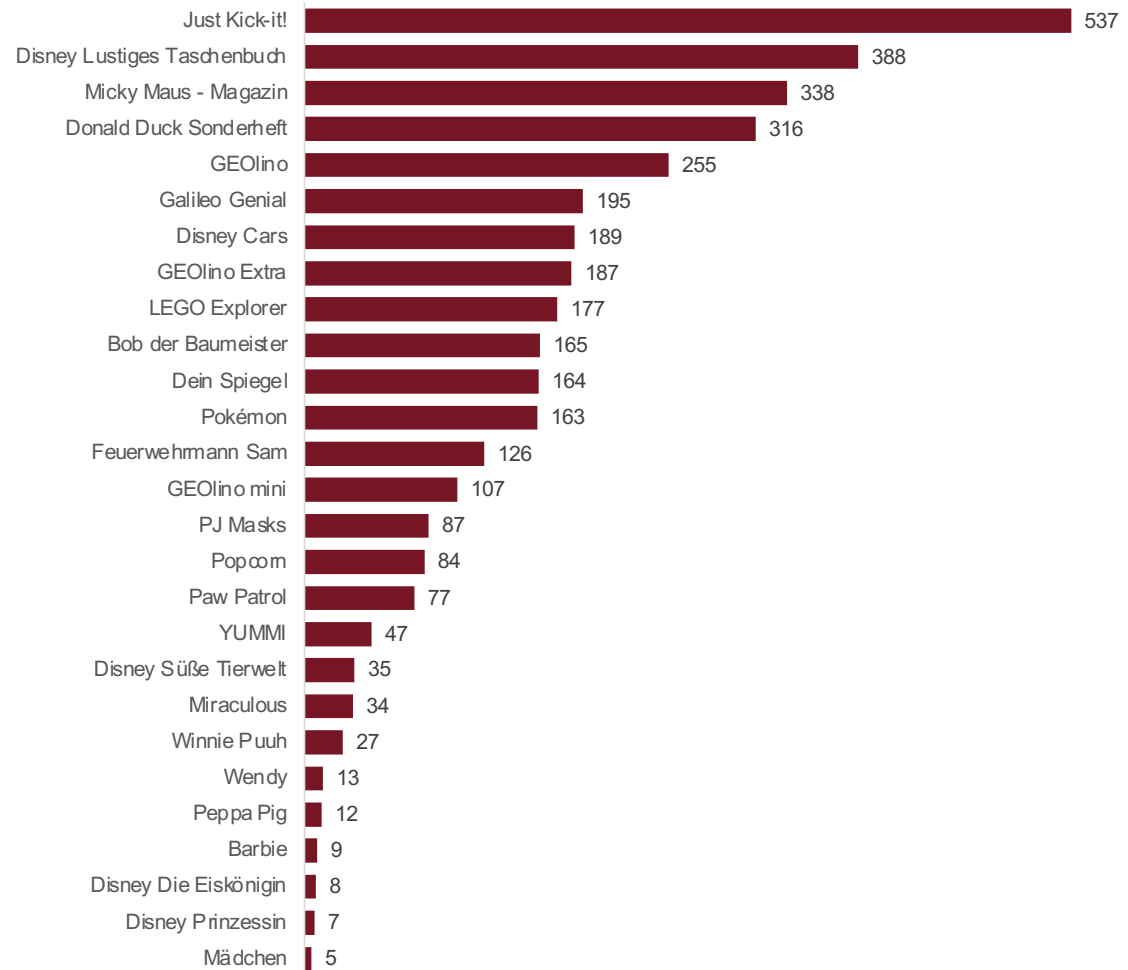
27 TITEL



Basis: 2,88 Mio. Mädchen 6-13 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

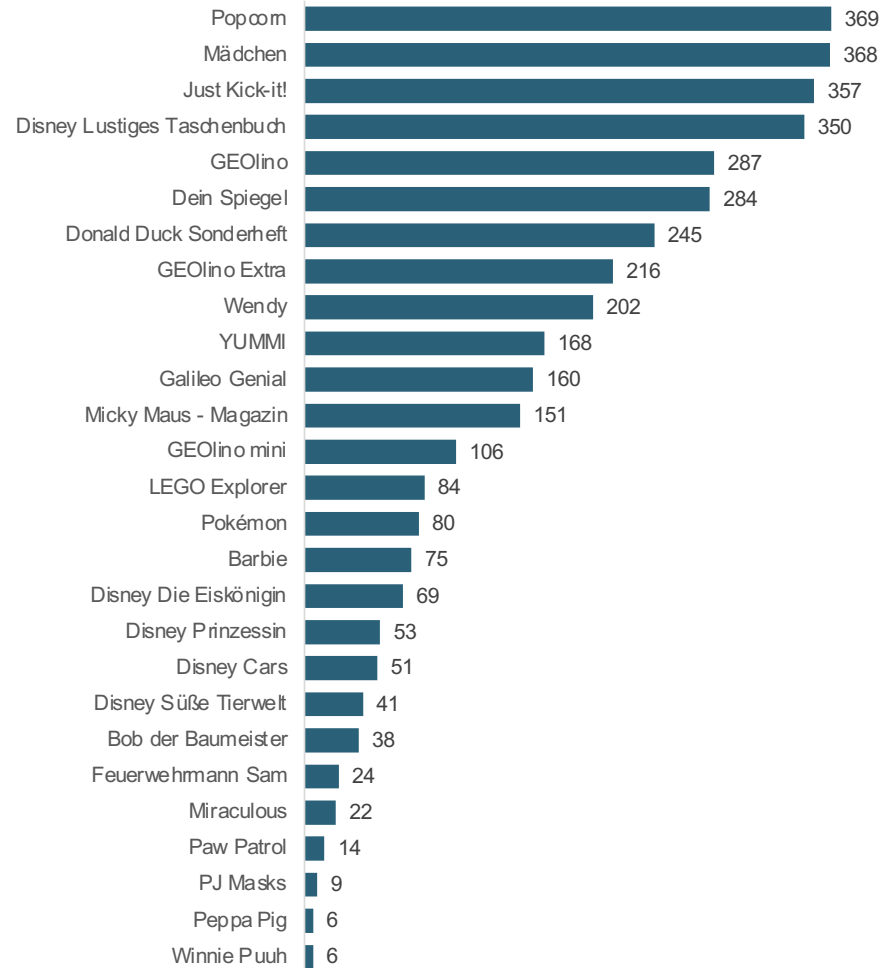
JUNGEN 6-13 JAHRE

27 TITEL



Basis: 3,04 Mio. Jungen 6-13 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

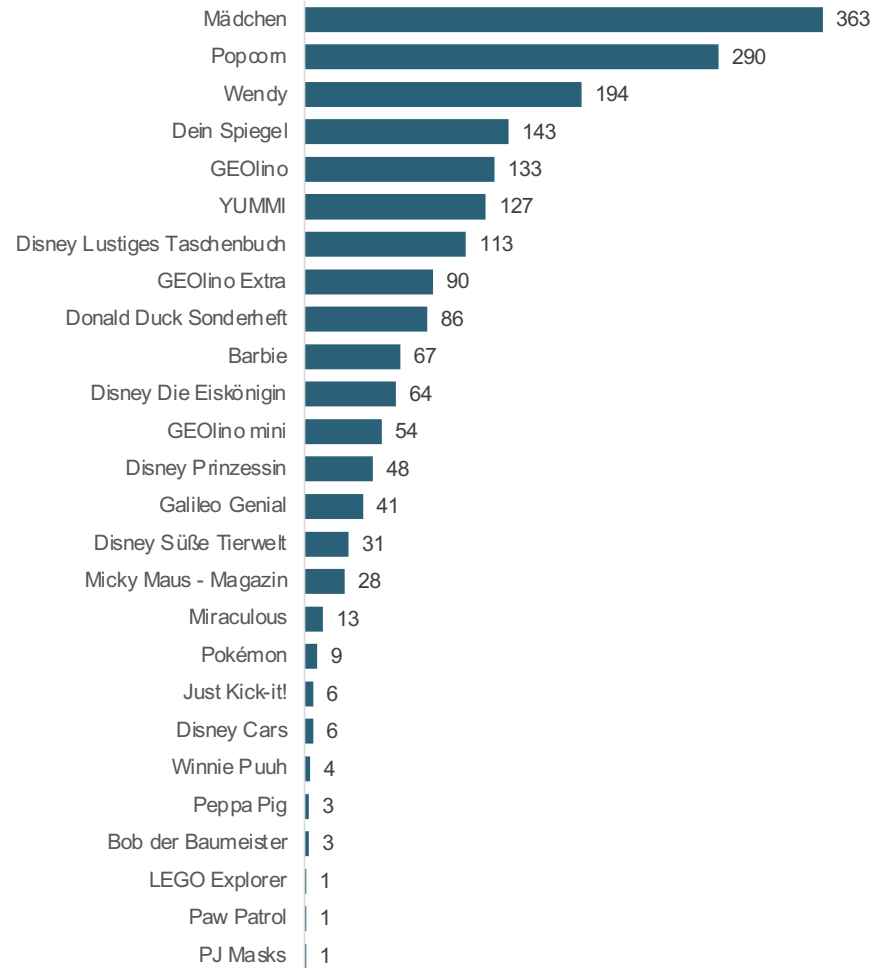
GESAMT 10-13 JAHRE
27 TITEL



Basis: 2,96 Mio. Gesamt 10-13 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

MÄDCHEN 10-13 JAHRE

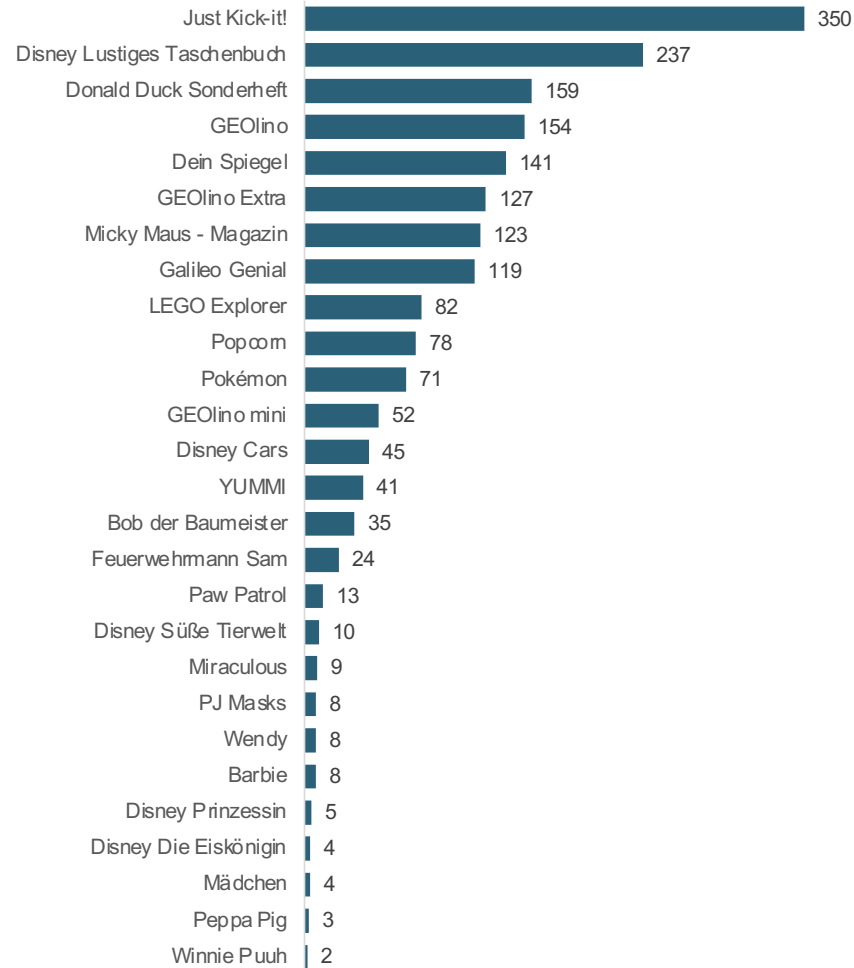
27 TITEL



Basis: 1,44 Mio. Mädchen 10-13 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

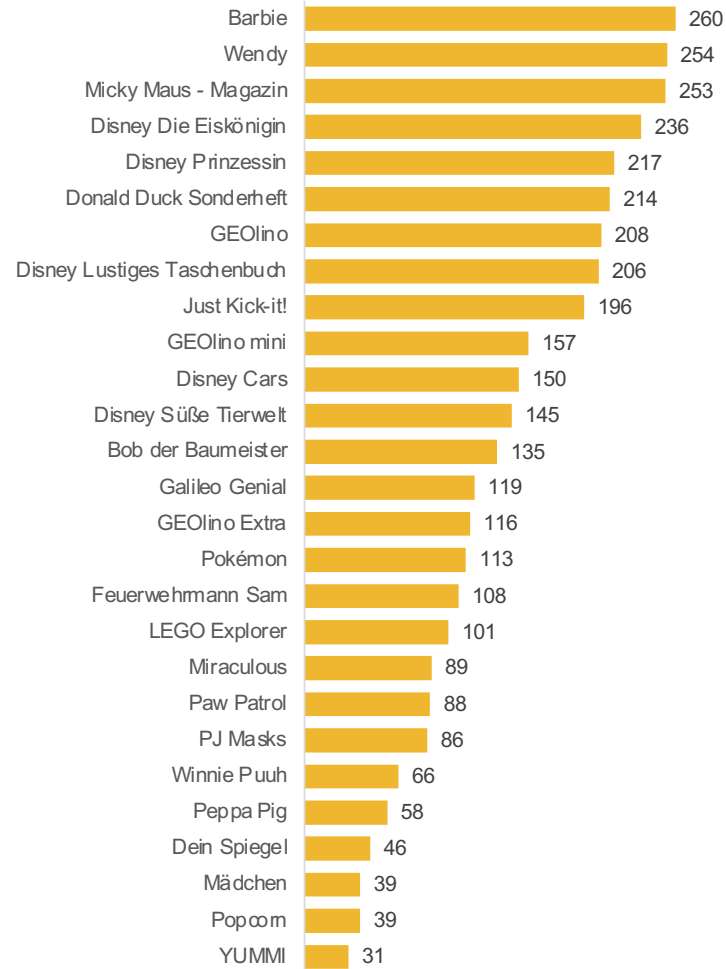
JUNGEN 10-13 JAHRE

27 TITEL



Basis: 1,52 Mio. Jungen 10-13 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

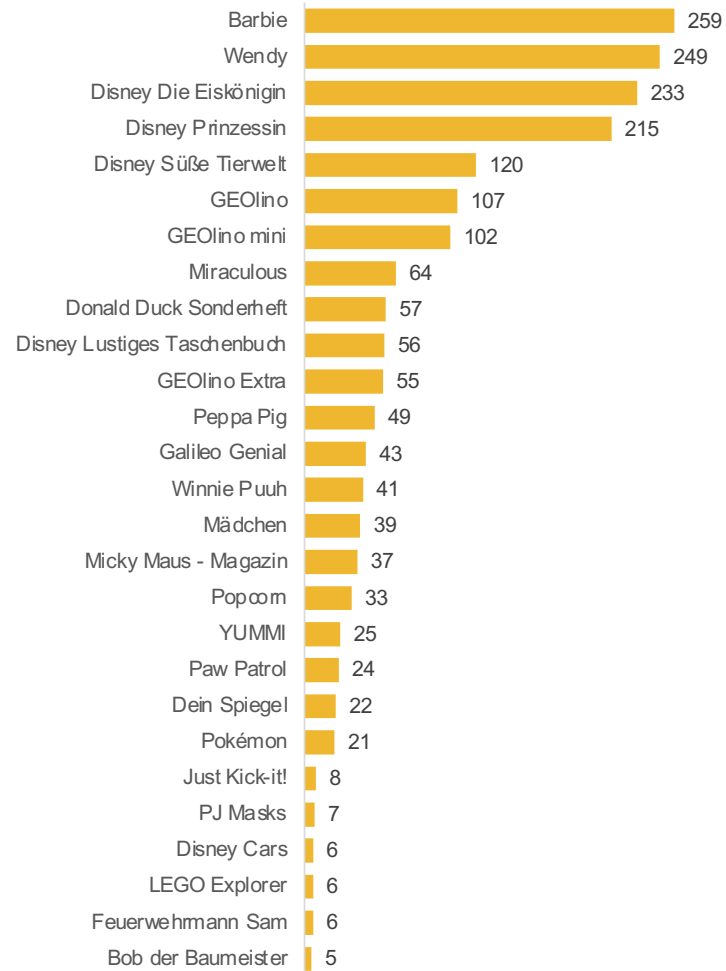
GESAMT 6-9 JAHRE
27 TITEL



Basis: 2,96 Mio. Gesamt 6-9 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

MÄDCHEN 6-9 JAHRE

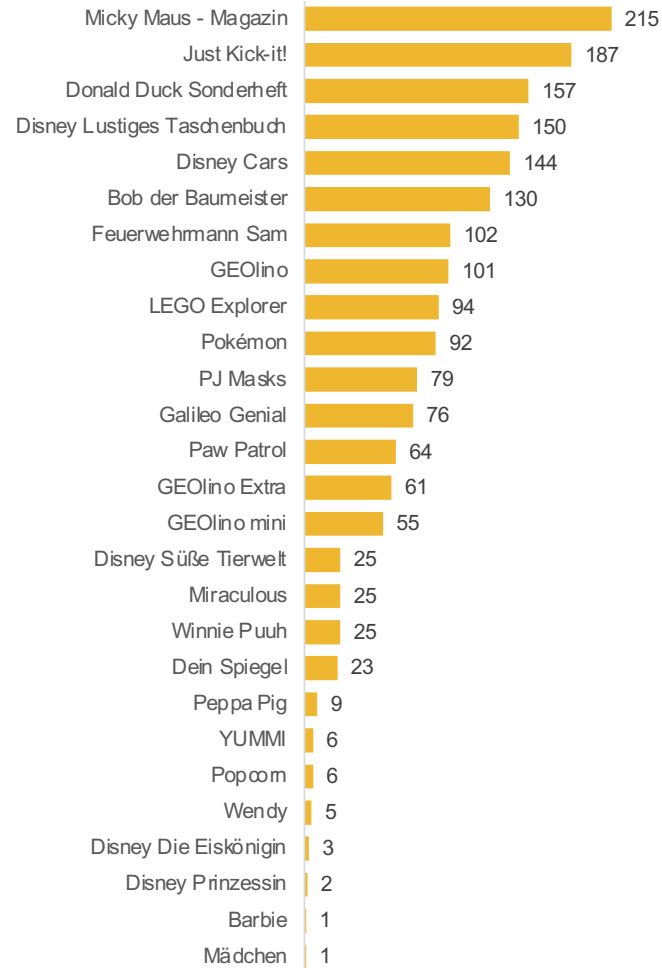
27 TITEL



Basis: 1,44 Mio. Mädchen 6-9 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

JUNGEN 6-9 JAHRE

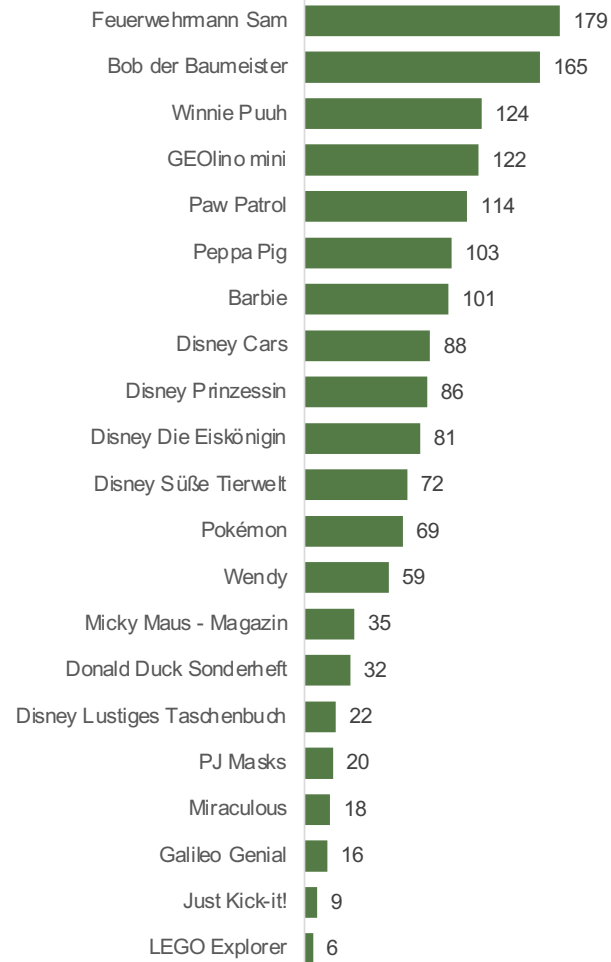
27 TITEL



Basis: 1,52 Mio. Jungen 6-9 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Kinder.

GESAMT 4-5 JAHRE

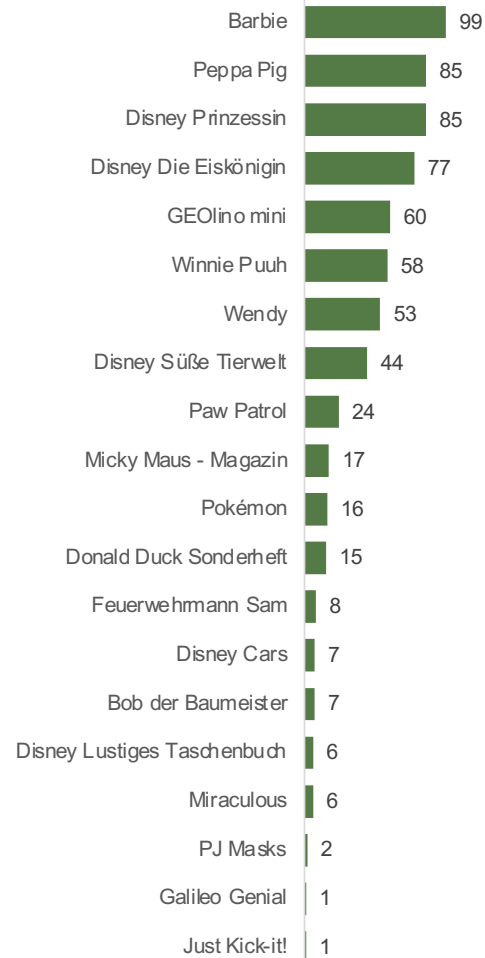
22 TITEL



Basis: 1,55 Mio. Gesamt 4-5 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Eltern.

MÄDCHEN 4-5 JAHRE

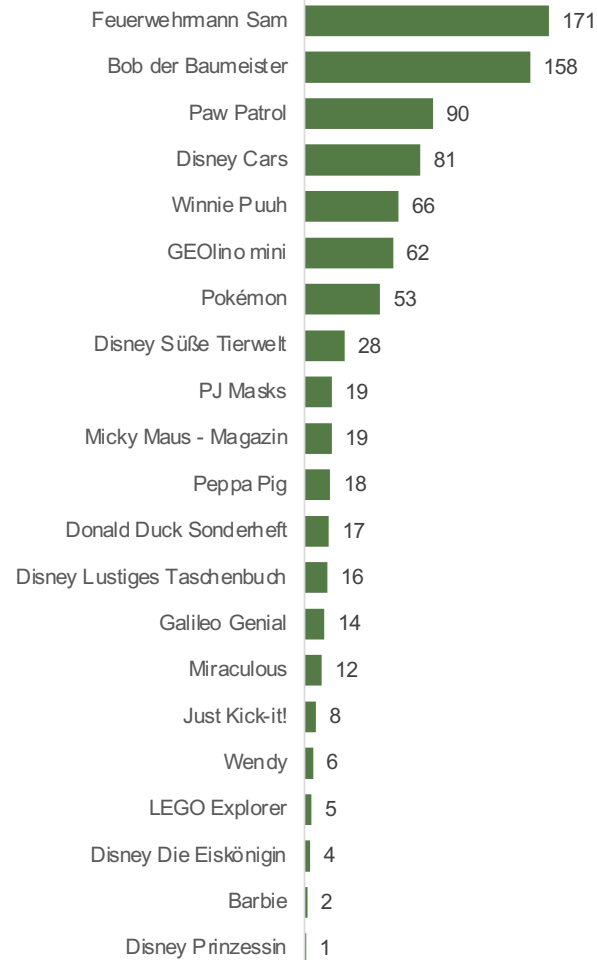
22 TITEL



Basis: 0,76 Mio. Mädchen 4-5 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Eltern.

JUNGEN 4-5 JAHRE

22 TITEL



Basis: 0,80 Mio. Jungen 4-5 Jahre. Angaben in Tsd. Antworten der Eltern.