

BERICHTSBAND

KINDER
MEDIEN
MONITOR

2022



EGMONT
Ehapa Media



SUPER RTL

Kinder Medien Monitor 2022 – ausgewiesene Magazine



BARBIE



LEGO EXPLORER



BOB DER BAUMEISTER



MÄDCHEN



DEIN SPIEGEL



MEIN ERSTES GEOLINO



DISNEY CARS



MICKY MAUS - MAGAZIN



DISNEY DIE EISKÖNIGIN



PAW PATROL



DISNEY LUSTIGES TASCHENBUCH



PEPPA PIG



DISNEY PRINZESSIN



POKÉMON



DONALD DUCK SONDERHEFT



POPCORN



FEUERWEHRMANN SAM



POWER MAGAZIN



GALILEO GENIAL



POWER RANGERS



GEOLINO



WENDY



GEOLINO EXTRA



WINNIE PUUH



GEOLINO MINI



YUMMI



JUST KICK-IT!

Kinder Medien Monitor 2022

Mediennutzung und Medienkompetenz in deutschen Kinderzimmern

Vorwort

Zuschauen, Zuhören, Lesen, Kommunizieren, Gaming - das Medienuniversum von Mädchen und Jungen zwischen vier und 13 Jahren lässt keinen Kanal aus. Dabei stehen die klassischen Medien, TV und Zeitschriften, weiterhin ganz oben auf der Favoritenliste. Fast drei Viertel der Kinder stecken die Nase häufig in Bücher, Zeitschriften oder Comics (72%). Den klassischen Weg bevorzugen Mädchen und Jungen auch nach wie vor beim Zuschauen: Mindestens mehrmals pro Woche schauen 83 Prozent der Kinder Filme oder Serien genau dann, wenn sie gerade im Fernsehen laufen.

Diese und viele weitere Ergebnisse bietet der Kinder Medien Monitor 2022. Mit der repräsentativen Markt-Media-Studie stellen die fünf Herausgeber Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr Deutschland, SUPER RTL, EDEKA Media und Panini Verlag umfassendes Datenmaterial über die Mediennutzung von Kindern in ihrer Freizeit bereit. Die Untersuchung repräsentiert 7,59 Mio. Kinder in Deutschland im Alter von vier bis 13 Jahren und liefert für 27 Printmagazine repräsentative Reichweiten bei Kindern und den mitlesenden Eltern.

Der Kinder Medien Monitor ist die einzig zählbare Studie ihrer Art in Deutschland und bietet im Jahr 2022 ergänzend zum Medienkonsum der Kinder in ihrer Freizeit vielseitige Einblicke in weitere Lebensbereiche. So werden unter anderem die analoge Freizeitgestaltung, Konsumverhalten und Markenbedeutung sowie Umweltengagement beleuchtet. Fragen zur Medienakzeptanz und Wahrnehmungen zur Medienkompetenz der Kinder aus Sicht ihrer Erziehungsberechtigten liefern weitere wertvolle Erkenntnisse. Neu im Kinder Medien Monitor 2022 sind Fragen zum Gaming und die Einstellung von Kindern zu Werbung. Dadurch beantwortet die Studie zahlreiche aktuelle und planungsrelevante Fragen rund um die verschiedenen Kinder-Zielgruppen, bietet Orientierung im kindlichen Medienuniversum und macht die Erkenntnisse auf Basis fundierter Daten nutzbar für die Markenkommunikation.

Als objektive Reichweitenstudie mit Fokus auf Kinderzeitschriften stellt der Kinder Medien Monitor 2022 eine wichtige Grundlage für die strategische Planung des Media-Mixes im Kinder-Marketing dar. Ausgewiesen werden 27 Magazine für die Sechs- bis 13-Jährigen und 22 Magazine für die vier- bis fünfjährigen Vorschulkinder. 2.055 Doppel-Interviews von zufällig ausgewählten Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren und jeweils einem Erziehungsberechtigten liefern repräsentative Daten für 5,99 Millionen deutschsprachige Kinder dieser Altersgruppe. Ergänzt werden diese Daten durch weitere Informationen aus Befragungen je eines Erziehungsberechtigten der befragten Kinder. Darüber hinaus geben 548 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten (meist die Mutter) von Vorschulkindern im Alter von vier und fünf Jahren einen repräsentativen Einblick in die Kindermediennutzung von 1,60 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 2022 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 und Kommunikation	Seite	32
Besitz, Mitbenutzung und Besitzwunsch	Seite	42
Freiräume und Markenwünsche	Seite	46
Freizeit und Medieninteressen	Seite	51
Finanzielle Ausgaben	Seite	64
Sonderthemen	Seite	67

Ergebnisse der 4- bis 5-Jährigen

Medien	Seite	81
Besitz, Mitbenutzung und Besitzwunsch	Seite	82
Freiräume und Markenwünsche	Seite	86
Freizeit und Medieninteressen	Seite	89
Finanzielle Ausgaben	Seite	93
Finanzielle Ausgaben	Seite	105
Sonderthemen	Seite	107

Anhang

Soziodemografie	Seite	111
Methodenbericht	Seite	112
Codepläne	Seite	121
Codepläne	Seite	133
Impressum	Seite	173

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 27 Magazintitel dargestellt. Bei den 4- bis 5-Jährigen sind es 22 Magazintitel, hier wurden die Erziehungsberechtigten befragt. Damit können für 22 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 Cars	9
Disney Winnie Puuh	10
Galileo genial	10
GEOLino Extra	6
MEIN ERSTES GEOLINO	6
Powermagazin	4
Power Rangers	6
YUMMI	6

Die im KiMMo erhobenen Titel erzielen eine beachtliche Media-Leistung. Von diesen Titeln werden die 27 Titel der Auftragbergemeinschaft und Studienteilnehmer ausgewiesen. Insgesamt erreichen die ausgewiesenen Titel 65% der 6- bis 13-Jährigen und 56% der 4- bis 5-Jährigen (Nettoreichweite).

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

Jungen	65,9%
Mädchen	66,3%
6 bis 9 Jahre	64,7%
10 bis 13 Jahre	66,1%

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 im KiMMo zusätzlich bei den Erziehungsberechtigten erfragt, ob ein Erziehungsberechtigter mitliest. Insgesamt gaben über 90% 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 fast 71%.

Eine Übersicht der 27 untersuchten und ausgewiesenen Titel finden Sie im Methodenbericht auf Seite 125.

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre		Gesamt	Geschlecht		Alter	
			Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis		2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.		5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
K1-Werte						
Barbie	mo	5,6	0,3	11,2	8,6	2,6
Bob der Baumeister	mo	2,8	5,2	0,3	4,3	1,3
Dein Spiegel	mo	5,5	5,4	5,6	1,3	9,7
Disney Cars	6-wö	3,2	5,9	0,3	4,5	1,8
Disney Die Eiskönigin	mo	5,9	0,3	11,8	9,2	2,5
Disney Lustiges Taschenbuch	4-wö	9,8	13,4	5,9	7,4	12,1
Disney Prinzessin	mo	5,0	0,3	9,9	7,6	2,3
Donald Duck Sonderheft	2-mo	7,9	10,3	5,4	7,5	8,3
Feuerwehrmann Sam	mo	2,3	4,2	0,4	3,5	1,1
Galileo Genial	mo	5,1	6,5	3,5	3,7	6,4
GEOLino	mo	7,3	7,2	7,3	6,0	8,5
GEOLino Extra	mo	4,9	5,2	4,5	2,9	6,8
GEOLino mini	2-mo	4,4	3,8	5,0	4,7	4,1
Just Kick-it!	mo	8,1	15,3	0,4	5,6	10,5
LEGO Explorer	mo	3,2	5,9	0,3	3,5	2,8
Mädchen	mo	6,6	0,3	13,2	1,1	12,0
MEIN ERSTES GEOLINO	2-mo	1,2	1,3	1,1	1,8	0,5
Micky Maus - Magazin	2-wö	7,3	11,2	3,1	9,0	5,5
Paw Patrol	mo	2,1	3,4	0,7	3,5	0,7
Peppa Pig	2-mo	1,1	0,6	1,7	2,1	0,1
Pokémon	2-mo	3,0	4,8	1,1	3,7	2,2
Popcorn	mo	6,8	3,5	10,3	1,0	12,5
Power Magazin	3-mo	2,5	4,7	0,2	2,9	2,1
Power Rangers	2-mo	4,8	9,2	0,1	5,1	4,5
Wendy	3-wö	6,5	0,3	13,0	7,5	5,4
Winnie Puuh	2-mo	1,2	0,7	1,7	2,2	0,2
YUMMI	mo	4,4	2,5	6,4	1,5	7,3

Lesebeispiel

Eine Ausgabe des Titels „Galileo Genial“ lesen im Durchschnitt 5,1% 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		2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.		5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
K1-Werte						
Barbie	mo	334	9	326	258	76
Bob der Baumeister	mo	169	159	10	130	40
Dein Spiegel	mo	330	166	164	38	291
Disney Cars	6-wö	190	183	7	136	55
Disney Die Eiskönigin	mo	352	9	343	276	76
Disney Lustiges Taschenbuch	4-wö	585	412	173	223	362
Disney Prinzessin	mo	299	11	288	229	69
Donald Duck Sonderheft	2-mo	472	316	156	225	247
Feuerwehrmann Sam	mo	139	128	11	105	34
Galileo Genial	mo	303	201	103	111	192
GEOLino	mo	435	223	212	180	254
GEOLino Extra	mo	291	159	132	88	203
GEOLino mini	2-mo	263	118	145	141	122
Just Kick-it!	mo	484	472	12	169	315
LEGO Explorer	mo	189	182	8	105	84
Mädchen	mo	394	9	384	34	359
MEIN ERSTES GEOLINO	2-mo	71	39	32	55	16
Micky Maus - Magazin	2-wö	436	346	90	270	165
Paw Patrol	mo	125	105	20	104	20
Peppa Pig	2-mo	67	17	50	63	4
Pokémon	2-mo	178	147	31	112	66
Popcorn	mo	405	106	299	30	375
Power Magazin	3-mo	150	144	6	86	64
Power Rangers	2-mo	286	284	2	153	133
Wendy	3-wö	387	10	378	226	161
Winnie Puuh	2-mo	70	21	49	65	5
YUMMI	mo	264	77	187	45	219

Lesebeispiel

Eine Ausgabe des Titels „Galileo Genial“ lesen im Durchschnitt 303 Tsd. 6- bis 13-Jährige.

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 13 Jahre*	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	2.603	1.337	1.266
in Tsd.	7.585	3.896	3.689
in %	100,0	100,0	100,0
K1-Werte			
Barbie	5,5	0,3	11,1
Bob der Baumeister	4,0	7,5	0,3
Disney Cars	3,7	7,0	0,3
Disney Die Eiskönigin	5,6	0,3	11,3
Disney Lustiges Taschenbuch	8,2	11,2	5,1
Disney Prinzessin	5,2	0,4	10,2
Donald Duck Sonderheft	6,9	8,8	4,9
Feuerwehrmann Sam	3,8	7,0	0,4
Galileo Genial	4,1	5,4	2,8
GEOLINO mini	4,6	4,1	5,2
Just Kick-it!	6,5	12,3	0,4
LEGO Explorer	2,6	4,9	0,2
MEIN ERSTES GEOLINO	2,2	2,3	2,0
Micky Maus - Magazin	6,3	9,6	2,9
Paw Patrol	3,3	5,3	1,1
Peppa Pig	2,2	1,1	3,4
Pokémon	3,2	4,9	1,3
Power Magazin	2,1	3,9	0,2
Power Rangers	4,1	7,9	0,1
Wendy	5,8	0,3	11,6
Winnie Puuh	2,4	2,1	2,8
YUMMI	3,7	2,0	5,4

* Es werden 22 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 5,5% aller 4- bis 13-Jährigen.

Reichweiten in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 13 Jahre*	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	2.603	1.337	1.266
in Tsd.	7.585	3.896	3.689
K1-Werte			
Barbie	419	10	409
Bob der Baumeister	305	293	13
Disney Cars	281	271	10
Disney Die Eiskönigin	428	13	416
Disney Lustiges Taschenbuch	625	436	190
Disney Prinzessin	392	15	377
Donald Duck Sonderheft	526	344	182
Feuerwehrmann Sam	288	273	15
Galileo Genial	314	210	105
GEOlino mini	351	161	190
Just Kick-it!	491	478	13
LEGO Explorer	201	192	9
MEIN ERSTES GEOLINO	165	90	75
Micky Maus - Magazin	481	373	108
Paw Patrol	247	207	40
Peppa Pig	167	43	124
Pokémon	240	193	48
Power Magazin	159	153	6
Power Rangers	310	307	3
Wendy	442	13	430
Winnie Puuh	183	81	102
YUMMI	277	77	200

* Es werden 22 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
419 Tsd. 4- bis 13-Jährige.

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre*	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
K1-Werte			
Barbie	5,3	0,2	10,7
Bob der Baumeister	8,5	16,3	0,4
Disney Cars	5,6	10,7	0,3
Disney Die Eiskönigin	4,8	0,4	9,4
Disney Lustiges Taschenbuch	2,5	2,9	2,2
Disney Prinzessin	5,9	0,5	11,5
Donald Duck Sonderheft	3,4	3,4	3,3
Feuerwehrmann Sam	9,3	17,6	0,5
Galileo Genial	0,7	1,1	0,3
GEOLino mini	5,5	5,3	5,8
Just Kick-it!	0,5	0,7	0,2
LEGO Explorer	0,7	1,2	0,2
MEIN ERSTES GEOLINO	5,9	6,2	5,5
Micky Maus - Magazin	2,8	3,3	2,3
Paw Patrol	7,7	12,5	2,6
Peppa Pig	6,2	3,2	9,5
Pokémon	3,9	5,6	2,2
Power Magazin	0,6	1,1	0,0
Power Rangers	1,5	2,8	0,1
Wendy	3,4	0,4	6,7
Winnie Puuh	7,1	7,3	6,8
YUMMI	0,9	0,1	1,7

* Es werden 22 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 8,5% aller 4- bis 5-Jährigen.

Reichweiten in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre*	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
K1-Werte			
Barbie	85	1	84
Bob der Baumeister	136	133	3
Disney Cars	90	88	2
Disney Die Eiskönigin	76	3	73
Disney Lustiges Taschenbuch	41	24	17
Disney Prinzessin	94	4	90
Donald Duck Sonderheft	54	28	26
Feuerwehrmann Sam	148	144	4
Galileo Genial	11	9	2
GEOLINO mini	88	43	45
Just Kick-it!	7	6	1
LEGO Explorer	12	10	1
MEIN ERSTES GEOLINO	94	51	43
Micky Maus - Magazin	45	27	18
Paw Patrol	122	102	20
Peppa Pig	100	26	74
Pokémon	63	46	17
Power Magazin	9	9	0
Power Rangers	24	23	1
Wendy	55	3	52
Winnie Puuh	113	60	53
YUMMI	14	1	13

* Es werden 22 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 136 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: 2.055 in Tsd.: 5.988					
K1-Werte**					
1	Disney Lustiges Taschenbuch	9,8	585	22,06	
2	Just Kick-it!	8,1	484	14,26	
3	Donald Duck Sonderheft	7,9	472	11,01	
4	Micky Maus - Magazin	7,3	436	36,50	
5	GEOlino	7,3	435	43,23	
6	Popcorn	6,8	405	24,46	
7	Mädchen	6,6	394	32,78	
8	Wendy	6,5	387	19,36	
9	Disney Die Eiskönigin	5,9	352	21,32	
10	Barbie	5,6	334	17,65	
11	Dein Spiegel	5,5	330	37,31	
12	Galileo Genial	5,1	303	22,77	
13	Disney Prinzessin	5,0	299	19,76	
14	GEOlino Extra	4,9	291	34,05	
15	Power Rangers	4,8	286	20,63	
16	YUMMI	4,4	264	36,79	
17	GEOlino mini	4,4	263	32,70	
18	Disney Cars	3,2	190	36,24	
19	LEGO Explorer	3,2	189	43,32	
20	Pokémon	3,0	178	38,82	
21	Bob der Baumeister	2,8	169	40,75	
22	Power Magazin **	2,5	150	32,69	
23	Feuerwehrmann Sam	2,3	139	49,47	
24	Paw Patrol	2,1	125	60,21	
25	MEIN ERSTES GEOLINO	1,2	71	85,35	
26	Winnie Puuh	1,2	70	84,11	
27	Peppa Pig	1,1	67	96,90	

* Preise 2022: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

Lesebeispiel

Das „Disney Lustiges Taschenbuch“ erzielt bei den 6- bis 13-Jährigen eine Reichweite von 9,8%.

Rangreihen nach Geschlecht (weiblich)

Zielgruppe: Mädchen 6 bis 13 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 999 in Tsd.: 2.911				
K1-Werte**				
1 Mädchen	13,2	384	33,57	201
2 Wendy	13,0	378	19,86	201
3 Disney Die Eiskönigin	11,8	343	21,89	200
4 Barbie	11,2	326	18,11	200
5 Popcorn	10,3	299	33,16	152
6 Disney Prinzessin	9,9	288	20,50	198
7 GEOlino	7,3	212	88,64	100
8 YUMMI	6,4	187	51,89	146
9 Disney Lustiges Taschenbuch	5,9	173	74,66	61
10 Dein Spiegel	5,6	164	74,99	102
11 Donald Duck Sonderheft	5,4	156	33,23	68
12 GEOlino mini	5,0	145	59,34	113
13 GEOlino Extra	4,5	132	74,96	93
14 Galileo Genial	3,5	103	67,31	70
15 Micky Maus - Magazin	3,1	90	177,22	42
16 Peppa Pig	1,7	50	129,96	145
17 Winnie Puuh	1,7	49	119,37	153
18 MEIN ERSTES GEOLINO	1,1	32	188,90	36
19 Pokémon	1,1	31	223,09	93
20 Paw Patrol	0,7	20	383,73	32
21 Just Kick-it!	0,4	12	595,53	16
22 Feuerwehrmann Sam	0,4	11	626,42	5
23 Bob der Baumeister	0,3	10	700,75	8
24 LEGO Explorer	0,3	8	1.068,49	8
25 Disney Cars	0,3	7	924,09	12
26 Power Magazin **	0,2	6	858,60	8
27 Power Rangers	0,1	2	2.811,49	2

* Preise 2022: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

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

Rangreihen nach Geschlecht (männlich)

Zielgruppe: Jungen 6 bis 13 Jahre	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte*	Affinität***
Fallzahlen-Basis: 1.056 in Tsd.: 3.077				
K1-Werte**				
1 Just Kick-it!	15,3	472	14,61	190
2 Disney Lustiges Taschenbuch	13,4	412	31,32	137
3 Micky Maus - Magazin	11,2	346	45,96	155
4 Donald Duck Sonderheft	10,3	316	16,46	130
5 Power Rangers	9,2	284	20,78	193
6 GEOlino	7,2	223	84,39	100
7 Galileo Genial	6,5	201	34,40	129
8 Disney Cars	5,9	183	37,72	187
9 LEGO Explorer	5,9	182	45,15	187
10 Dein Spiegel	5,4	166	74,26	98
11 GEOlino Extra	5,2	159	62,39	183
12 Bob der Baumeister	5,2	159	43,27	106
13 Pokémon	4,8	147	47,00	161
14 Power Magazin **	4,7	144	33,99	187
15 Feuerwehrmann Sam	4,2	128	53,71	179
16 GEOlino mini	3,8	118	72,84	87
17 Popcorn	3,5	106	93,19	51
18 Paw Patrol	3,4	105	71,42	164
19 YUMMI	2,5	77	126,49	57
20 MEIN ERSTES GEOLINO	1,3	39	155,70	107
21 Winnie Puuh	0,7	21	284,70	57
22 Peppa Pig	0,6	17	380,95	50
23 Disney Prinzessin	0,3	11	548,54	5
24 Wendy	0,3	10	774,79	5
25 Barbie	0,3	9	693,25	7
26 Disney Die Eiskönigin	0,3	9	811,06	5
27 Mädchen	0,3	9	1.376,54	5

* Preise 2022: 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 15,3%.

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: 1.029 in Tsd.: 2.998				
K1-Werte**				
1 Disney Die Eiskönigin	9,2	276	27,18	157
2 Micky Maus - Magazin	9,0	270	58,81	124
3 Barbie	8,6	258	22,88	154
4 Disney Prinzessin	7,6	229	25,76	153
5 Donald Duck Sonderheft	7,5	226	23,10	95
6 Wendy	7,5	225	33,17	117
7 Disney Lustiges Taschenbuch	7,4	223	57,83	76
8 GEOlino	6,0	180	104,16	83
9 Just Kick-it!	5,6	169	40,82	70
10 Power Rangers	5,1	153	38,61	107
11 GEOlino mini	4,7	141	60,87	107
12 Disney Cars	4,5	136	50,78	143
13 Bob der Baumeister	4,3	130	53,22	153
14 Galileo Genial	3,7	112	62,34	73
15 Pokémon	3,7	111	61,52	126
16 Paw Patrol	3,5	105	72,07	167
17 LEGO Explorer	3,5	105	77,82	111
18 Feuerwehrmann Sam	3,5	104	65,48	151
19 Power Magazin	2,9	88	56,88	115
20 GEOlino Extra	2,9	86	112,71	60
21 Winnie Puuh	2,2	65	90,47	186
22 Peppa Pig	2,1	63	103,61	187
23 MEIN ERSTES GEOLINO	1,8	55	110,25	155
24 YUMMI	1,5	45	216,53	34
25 Dein Spiegel	1,3	38	321,20	23
26 Mädchen	1,1	34	376,05	17
27 Popcorn	1,0	30	334,65	15

* Preise 2022: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Disney Die Eiskönigin“ erzielt bei den 6- bis 9-Jährigen eine Reichweite von 9,2%.

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: 500 in Tsd.: 1.458				
K1-Werte**				
1 Disney Die Eiskönigin	18,3	267	28,07	312
2 Barbie	17,4	253	23,33	311
3 Disney Prinzessin	15,5	226	26,14	311
4 Wendy	15,3	223	33,64	236
5 GEOlino	5,6	82	229,03	78
6 GEOlino mini	5,5	80	108,06	124
7 Donald Duck Sonderheft	4,8	69	74,94	60
8 Disney Lustiges Taschenbuch	4,5	65	197,79	46
9 Micky Maus - Magazin	3,4	50	318,49	47
10 Peppa Pig	3,2	47	138,64	62
11 Galileo Genial	3,2	46	149,72	287
12 Winnie Puuh	3,1	45	130,64	264
13 YUMMI	2,3	34	285,30	47
14 GEOlino Extra	2,3	33	298,41	53
15 Mädchen	2,1	31	411,64	33
16 MEIN ERSTES GEOLINO	1,8	26	234,00	150
17 Popcorn	1,5	23	438,40	23
18 Dein Spiegel	1,2	18	697,80	42
19 Pokémon	1,2	18	383,77	22
20 Paw Patrol	1,1	16	457,08	54
21 Feuerwehrmann Sam	0,7	10	658,39	31
22 Just Kick-it!	0,6	8	834,71	7
23 Power Magazin **	0,4	6	858,60	16
24 Bob der Baumeister	0,4	6	1.093,74	12
25 Disney Cars	0,4	5	1.258,54	15
26 LEGO Explorer	0,3	5	1.643,50	11
27 Power Rangers	0,1	2	2.811,49	3

* Preise 2022: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Disney Die Eiskönigin“ erzielt bei Mädchen im Alter von 6 bis 9 Jahren eine Reichweite von 18,3%.

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: 528 in Tsd.: 1.540				
K1-Werte**				
1 Micky Maus - Magazin	14,3	220	72,13	197
2 Just Kick-it!	10,4	161	42,92	129
3 Disney Lustiges Taschenbuch	10,3	158	81,72	105
4 Donald Duck Sonderheft	10,1	156	33,40	128
5 Power Rangers	9,8	151	39,14	205
6 Disney Cars	8,5	130	52,92	266
7 Bob der Baumeister	8,0	123	55,94	283
8 LEGO Explorer	6,5	100	81,69	206
9 GEOlino	6,4	98	191,04	88
10 Feuerwehrmann Sam	6,2	95	72,71	265
11 Pokémon	6,1	94	73,27	206
12 Paw Patrol	5,7	88	85,56	274
13 Power Magazin	5,2	80	60,92	209
14 Galileo Genial	4,2	65	106,81	83
15 GEOlino mini	4,0	62	139,37	91
16 GEOlino Extra	3,5	55	181,12	73
17 MEIN ERSTES GEOLINO	1,9	29	208,46	159
18 Winnie Puuh	1,3	21	294,26	111
19 Dein Spiegel	1,3	20	595,16	24
20 Peppa Pig	1,0	16	410,03	92
21 YUMMI	0,7	11	898,32	16
22 Disney Die Eiskönigin	0,6	9	862,40	10
23 Popcorn	0,5	7	1.414,14	7
24 Barbie	0,3	5	1.201,47	6
25 Disney Prinzessin	0,2	3	1.755,87	4
26 Wendy	0,2	3	2.361,30	3
27 Mädchen	0,2	3	4.348,75	3

* Preise 2022: 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 14,3%.

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: 1.026 in Tsd.: 2.990				
K1-Werte**				
1 Popcorn	12,5	375	26,38	186
2 Disney Lustiges Taschenbuch	12,1	362	35,67	124
3 Mädchen	12,0	359	35,90	183
4 Just Kick-it!	10,5	315	21,92	130
5 Dein Spiegel	9,7	291	42,22	177
6 GEOlino	8,5	254	73,90	117
7 Donald Duck Sonderheft	8,3	247	21,02	105
8 YUMMI	7,3	219	44,32	166
9 GEOlino Extra	6,8	203	48,79	140
10 Galileo Genial	6,4	192	35,86	127
11 Micky Maus - Magazin	5,5	165	96,18	76
12 Wendy	5,4	161	46,52	83
13 Power Rangers	4,5	133	44,29	93
14 GEOlino mini	4,1	122	70,67	93
15 LEGO Explorer	2,8	84	97,71	89
16 Barbie	2,6	76	77,15	46
17 Disney Die Eiskönigin	2,5	76	98,77	43
18 Disney Prinzessin	2,3	69	84,90	47
19 Pokémon	2,2	66	105,19	74
20 Power Magazin **	2,1	64	76,88	85
21 Disney Cars	1,8	55	126,55	57
22 Bob der Baumeister	1,3	40	173,95	47
23 Feuerwehrmann Sam	1,1	34	202,28	49
24 Paw Patrol	0,7	20	366,00	33
25 MEIN ERSTES GEOLINO	0,5	16	377,96	45
26 Winnie Puuh	0,2	5	1.195,46	14
27 Peppa Pig	0,1	4	1.497,25	13

* Preise 2022: 1/1 Seite 4c

** Sortiert nach Reichweite

*** Referenzgruppe 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Popcorn“ erzielt bei den 10- bis 13-Jährigen eine Reichweite von 12,5%.

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: 499 in Tsd.: 1.453				
K1-Werte**				
1 Mädchen	24,3	353	36,56	369
2 Popcorn	19,0	276	35,87	281
3 Wendy	10,6	155	48,48	165
4 YUMMI	10,5	153	63,42	239
5 Dein Spiegel	10,1	146	84,02	183
6 GEOlino	8,9	130	144,61	123
7 Disney Lustiges Taschenbuch	7,4	108	119,93	76
8 GEOlino Extra	6,8	99	100,11	140
9 Donald Duck Sonderheft	6,0	87	59,71	76
10 Disney Die Eiskönigin	5,2	75	99,50	88
11 Barbie	5,0	73	80,96	90
12 GEOlino mini	4,5	65	131,62	102
13 Disney Prinzessin	4,3	62	95,01	86
14 Galileo Genial	3,9	56	122,30	77
15 Micky Maus - Magazin	2,7	40	399,54	38
16 Pokémon	0,9	13	532,86	30
17 MEIN ERSTES GEOLINO	0,4	6	980,01	36
18 Winnie Puuh	0,3	4	1.384,43	25
19 LEGO Explorer	0,2	4	3.053,98	6
20 Bob der Baumeister	0,2	3	1.950,32	9
21 Just Kick-it!	0,2	3	2.078,28	3
22 Paw Patrol	0,2	3	2.391,15	10
23 Peppa Pig	0,2	3	2.075,85	19
24 Disney Cars	0,1	2	3.477,36	4
25 Feuerwehrmann Sam	0,0	1	12.897,59	2
26 Power Rangers	0,0	0	-	0
27 Power Magazin	0,0	0	-	0

* Preise 2022: 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 24,3%.

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: 527 in Tsd.: 1.537				
K1-Werte**				
1 Just Kick-it!	20,3	311	22,15	251
2 Disney Lustiges Taschenbuch	16,5	254	50,77	169
3 Donald Duck Sonderheft	10,4	160	32,44	132
4 Dein Spiegel	9,4	145	84,85	171
5 Galileo Genial	8,8	136	50,74	175
6 Power Rangers	8,7	133	44,29	181
7 Micky Maus - Magazin	8,2	126	126,67	112
8 GEOlino	8,1	124	151,15	111
9 GEOlino Extra	6,8	104	95,17	139
10 Popcorn	6,5	99	99,77	96
11 LEGO Explorer	5,3	81	100,94	167
12 YUMMI	4,3	66	147,22	97
13 Power Magazin	4,1	64	76,88	166
14 GEOlino mini	3,7	56	152,60	83
15 Pokémon	3,4	53	131,06	115
16 Disney Cars	3,4	53	131,33	108
17 Bob der Baumeister	2,4	36	190,98	83
18 Feuerwehrmann Sam	2,2	34	205,50	94
19 Paw Patrol	1,1	17	432,14	54
20 MEIN ERSTES GEOLINO	0,6	10	615,25	54
21 Disney Prinzessin	0,5	7	797,77	10
22 Wendy	0,4	6	1.153,17	7
23 Mädchen	0,4	7	2.014,07	6
24 Barbie	0,2	4	1.638,91	4
25 Peppa Pig	0,1	1	5.371,73	7
26 Winnie Puuh	0,0	1	8.758,20	4
27 Disney Die Eiskönigin	0,0	1	13.623,46	1

* Preise 2022: 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 20,3%.

Rangreihe Gesamt 4- bis 13-Jährige

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 13 Jahre*		Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	
Fallzahlen-Basis: 2.603 in Tsd.: 7.585					
K1-Werte***					
1	Disney Lustiges Taschenbuch	8,2	625	20,63	
2	Donald Duck Sonderheft	6,9	526	9,88	
3	Just Kick-it!	6,5	491	14,05	
4	Micky Maus - Magazin	6,3	481	33,07	
5	Wendy	5,8	442	16,96	
6	Disney Die Eiskönigin	5,6	428	17,51	
7	Barbie	5,5	419	14,07	
8	Disney Prinzessin	5,2	392	15,04	
9	GEOlino mini	4,6	351	24,47	
10	Galileo Genial	4,1	314	21,97	
11	Power Rangers	4,1	310	19,03	
12	Bob der Baumeister	4,0	305	22,61	
13	Feuerwehrmann Sam	3,8	288	23,98	
14	Disney Cars	3,7	281	24,59	
15	YUMMI	3,7	277	34,96	
16	Paw Patrol	3,3	247	30,38	
17	Pokémon	3,2	240	28,69	
18	LEGO Explorer	2,6	201	40,80	
19	Winnie Puuh	2,4	183	32,27	
20	Peppa Pig	2,2	167	38,95	
21	MEIN ERSTES GEOLINO	2,2	165	36,93	
22	Power Magazin	2,1	159	30,81	

* Es werden 22 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt, bei den 6- bis 13-Jährigen die Kinder.

** Preise 2022: 1/1 Seite 4c

*** Sortiert nach Reichweite

Lesebeispiel

Der Titel „Disney Lustiges Taschenbuch“ erzielt bei den 4- bis 13-Jährigen eine Reichweite von 8,2%.

Rangreihen nach Geschlecht (weiblich)

Zielgruppe: Mädchen 4 bis 13 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 1.266 in Tsd.: 3.689				
K1-Werte***				
1 Wendy	11,6	430	17,46	200
2 Disney Die Eiskönigin	11,3	416	18,05	200
3 Barbie	11,1	409	14,41	201
4 Disney Prinzessin	10,2	377	15,63	198
5 YUMMI	5,4	200	48,51	148
6 GEOlino mini	5,2	190	45,25	111
7 Disney Lustiges Taschenbuch	5,1	190	68,05	62
8 Donald Duck Sonderheft	4,9	182	28,53	71
9 Peppa Pig	3,4	124	52,51	152
10 Micky Maus - Magazin	2,9	108	147,57	46
11 Galileo Genial	2,8	105	66,02	68
12 Winnie Puuh	2,8	102	57,71	115
13 MEIN ERSTES GEOLINO	2,0	75	81,44	93
14 Pokémon	1,3	48	143,99	41
15 Paw Patrol	1,1	40	189,63	33
16 Feuerwehrmann Sam	0,4	15	464,24	11
17 Just Kick-it!	0,4	13	530,03	5
18 Bob der Baumeister	0,3	13	545,40	9
19 Disney Cars	0,3	10	702,39	7
20 LEGO Explorer	0,2	9	894,96	9
21 Power Magazin	0,2	6	858,60	7
22 Power Rangers	0,1	3	2.020,40	2

* Es werden 22 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt, bei den 6- bis 13-Jährigen die Kinder.

** Preise 2022: 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 11,6%.

Rangreihen nach Geschlecht (männlich)

Zielgruppe: Jungen 4 bis 13 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 1.337 in Tsd.: 3.896				
K1-Werte***				
1 Just Kick-it!	12,3	478	14,43	190
2 Disney Lustiges Taschenbuch	11,2	436	29,60	136
3 Micky Maus - Magazin	9,6	373	42,63	151
4 Donald Duck Sonderheft	8,8	344	15,12	127
5 Power Rangers	7,9	307	19,21	193
6 Bob der Baumeister	7,5	293	23,58	187
7 Feuerwehrmann Sam	7,0	273	25,29	185
8 Disney Cars	7,0	271	25,48	188
9 Galileo Genial	5,4	210	32,93	130
10 Paw Patrol	5,3	207	36,18	163
11 Pokémon	4,9	193	35,83	156
12 LEGO Explorer	4,9	192	42,75	186
13 GEOLINO mini	4,1	161	53,27	89
14 Power Magazin	3,9	153	31,95	188
15 MEIN ERSTES GEOLINO	2,3	90	67,59	106
16 Winnie Puuh	2,1	81	73,19	86
17 YUMMI	2,0	77	125,19	54
18 Peppa Pig	1,1	43	150,74	50
19 Disney Prinzessin	0,4	15	401,32	7
20 Disney Die Eiskönigin	0,3	13	592,45	6
21 Wendy	0,3	13	596,91	6
22 Barbie	0,3	10	593,83	5

* Es werden 22 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt, bei den 6- bis 13-Jährigen die Kinder.

** Preise 2022: 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 12,3%.

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: 548 in Tsd.: 1.597				
K1-Werte***				
1 Feuerwehrmann Sam	9,3	148	46,54	245
2 Bob der Baumeister	8,5	136	50,77	211
3 Paw Patrol	7,7	122	61,33	235
4 Winnie Puuh	7,1	113	52,35	293
5 Peppa Pig	6,2	100	65,12	284
6 MEIN ERSTES GEOLINO	5,9	94	65,11	269
7 Disney Prinzessin	5,9	94	62,99	113
8 Disney Cars	5,6	90	76,48	153
9 GEOLINO mini	5,5	88	97,19	120
10 Barbie	5,3	85	69,37	96
11 Disney Die Eiskönigin	4,8	76	98,22	85
12 Pokémon	3,9	63	110,01	124
13 Wendy	3,4	55	136,91	59
14 Donald Duck Sonderheft	3,4	54	96,71	49
15 Micky Maus - Magazin	2,8	45	352,77	45
16 Disney Lustiges Taschenbuch	2,5	41	317,60	31
17 Power Rangers	1,5	24	245,74	37
18 YUMMI	0,9	14	703,09	24
19 LEGO Explorer	0,7	12	702,52	28
20 Galileo Genial	0,7	11	630,10	17
21 Power Magazin	0,6	9	533,87	27
22 Just Kick-it!	0,5	7	925,03	7

* Es werden 22 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt.

** Preise 2022: 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 9,3%.

Rangreihen nach Geschlecht (weiblich)

Zielgruppe: Mädchen 4 bis 5 Jahre*		Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 267 in Tsd.: 778					
K1-Werte***					
1	Disney Prinzessin	11,5	90	65,77	223
2	Barbie	10,7	84	70,55	194
3	Peppa Pig	9,5	74	88,12	431
4	Disney Die Eiskönigin	9,4	73	102,82	166
5	Winnie Puuh	6,8	53	111,71	282
6	Wendy	6,7	52	144,52	114
7	GEOLino mini	5,8	45	190,57	125
8	MEIN ERSTES GEOLINO	5,5	43	143,15	251
9	Donald Duck Sonderheft	3,3	26	201,92	48
10	Paw Patrol	2,6	20	374,88	79
11	Micky Maus - Magazin	2,3	18	881,90	37
12	Pokémon	2,2	17	406,13	69
13	Disney Lustiges Taschenbuch	2,2	17	768,17	26
14	YUMMI	1,7	13	745,99	46
15	Feuerwehrmann Sam	0,5	4	1.793,15	13
16	Bob der Baumeister	0,4	3	2.460,06	9
17	Disney Cars	0,3	2	2.927,71	8
18	Galileo Genial	0,3	2	3.442,51	6
19	LEGO Explorer	0,2	1	5.510,72	7
20	Just Kick-it!	0,2	1	4.819,65	3
21	Power Rangers	0,1	1	7.180,40	3
22	Power Magazin	0,0	0	-	0

* Es werden 22 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt.

** Preise 2022: 1/1 Seite 4c

*** Sortiert nach Reichweite

**** Referenzgruppe 4 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

Der Titel „Disney Prinzessin“ erzielt bei Mädchen im Alter von 4 bis 5 Jahren eine Reichweite von 11,5%.

Rangreihen nach Geschlecht (männlich)

Zielgruppe: Jungen 4 bis 5 Jahre*	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte**	Affinität****
Fallzahlen-Basis: 281 in Tsd.: 819				
K1-Werte***				
1 Feuerwehrmann Sam	17,6	144	47,78	465
2 Bob der Baumeister	16,3	133	51,84	404
3 Paw Patrol	12,5	102	73,32	384
4 Disney Cars	10,7	88	78,54	290
5 Winnie Puuh	7,3	60	98,52	303
6 MEIN ERSTES GEOLINO	6,2	51	119,42	286
7 Pokémon	5,6	46	150,88	176
8 GEOLino mini	5,3	43	198,32	114
9 Donald Duck Sonderheft	3,4	28	185,59	49
10 Micky Maus - Magazin	3,3	27	587,96	52
11 Peppa Pig	3,2	26	249,45	145
12 Disney Lustiges Taschenbuch	2,9	24	541,46	35
13 Power Rangers	2,8	23	254,45	69
14 LEGO Explorer	1,2	10	805,16	47
15 Power Magazin	1,1	9	533,87	53
16 Galileo Genial	1,1	9	771,27	26
17 Just Kick-it!	0,7	6	1.144,73	11
18 Disney Prinzessin	0,5	4	1.495,32	9
19 Disney Die Eiskönigin	0,4	3	2.198,04	7
20 Wendy	0,4	3	2.599,91	6
21 Barbie	0,2	1	4.140,70	3
22 YUMMI	0,1	1	12.223,64	3

* Es werden 22 Titel in dieser Zielgruppe ausgewiesen. Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden die Erziehungsberechtigten befragt.

** Preise 2022: 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 17,6%.

Mitlesende Erziehungsberechtigte

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Von zumindest einem Erziehungsberechtigten mitgelesene Zeitschriften*					
GEOLino	18,6	18,7	18,5	16,2	21,0
Disney Lustiges Taschenbuch	16,3	22,1	10,0	13,6	18,9
Micky Maus - Magazin	13,9	20,8	6,7	17,9	9,9
Donald Duck Sonderheft	13,6	17,9	9,1	13,6	13,7
Wendy	12,6	0,7	25,2	15,6	9,7
Disney Die Eiskönigin	12,3	0,9	24,4	19,1	5,5
Dein Spiegel	11,6	10,3	13,0	2,9	20,3
Galileo Genial	11,3	14,6	7,8	8,2	14,4
Just Kick-it!	11,0	20,3	1,1	9,4	12,6
GEOLino Extra	10,9	11,6	10,1	7,3	14,5
GEOLino mini	10,8	10,5	11,2	12,7	9,0
Barbie	10,7	0,5	21,5	15,7	5,6
Mädchen	10,5	0,7	20,9	1,7	19,3
Popcorn	10,5	6,9	14,3	2,4	18,6
Disney Prinzessin	9,6	0,6	19,0	15,0	4,1
YUMMI	8,1	4,9	11,4	2,8	13,4
Bob der Baumeister	6,1	10,9	1,0	9,5	2,7
LEGO Explorer	5,6	10,1	0,8	6,4	4,7
Pokémon	5,5	8,5	2,3	7,8	3,1
Power Rangers	5,0	9,6	0,2	5,8	4,3
Disney Cars	5,0	9,2	0,5	7,5	2,5
Feuerwehrmann Sam	4,5	8,1	0,8	7,2	1,9
Paw Patrol	4,1	6,6	1,5	6,9	1,3
Power Magazin	3,0	5,7	0,2	4,6	1,4
Winnie Puuh	2,7	1,7	3,8	5,3	0,2
Peppa Pig	2,6	1,3	3,9	4,8	0,4
MEIN ERSTES GEOLINO	2,3	2,3	2,3	3,8	0,9

* Absteigend sortiert nach Werten der Altersklasse 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

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

Mitlesende Erziehungsberechtigte

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	2.603	1.337	1.266	
in Tsd.	7.585	3.896	3.689	
in %	100,0	100,0	100,0	
Von zumindest einem Erziehungsberechtigten mitgelesene Zeitschriften*				
Disney Lustiges Taschenbuch	14,1	18,9	9,0	
Disney Die Eiskönigin	12,6	1,0	24,9	
Micky Maus - Magazin	12,6	18,7	6,2	
GEOlino mini	12,0	11,6	12,5	
Donald Duck Sonderheft	12,0	15,8	8,0	
Barbie	11,6	0,6	23,1	
Wendy	11,5	0,7	23,0	
Disney Prinzessin	10,8	0,8	21,4	
Bob der Baumeister	9,7	17,9	1,1	
Galileo Genial	9,3	12,1	6,4	
Feuerwehrmann Sam	8,9	16,4	1,1	
Just Kick-it!	8,8	16,2	1,0	
Paw Patrol	7,8	12,5	2,9	
Disney Cars	7,0	13,2	0,4	
YUMMI	6,7	4,0	9,4	
Pokémon	6,2	9,3	2,9	
Winnie Puuh	5,8	5,4	6,3	
Peppa Pig	5,4	2,8	8,0	
LEGO Explorer	4,9	8,8	0,8	
Power Rangers	4,8	9,2	0,2	
MEIN ERSTES GEOLINO	4,4	4,6	4,2	
Power Magazin	2,7	5,2	0,2	

* Absteigend sortiert nach Werten der Altersklasse 4 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

14,1% 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	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Von zumindest einem Erziehungsberechtigten mitgelesene Zeitschriften*				
Feuerwehrmann Sam	25,4	47,5	2,1	
Bob der Baumeister	23,3	44,0	1,6	
Paw Patrol	21,7	34,8	7,9	
Winnie Puuh	17,4	19,0	15,7	
GEOLINO mini	16,5	15,7	17,3	
Peppa Pig	15,8	8,5	23,4	
Disney Prinzessin	15,4	1,3	30,1	
Barbie	14,8	1,0	29,4	
Disney Cars	14,5	28,0	0,3	
Disney Die Eiskönigin	13,7	1,3	26,7	
MEIN ERSTES GEOLINO	12,1	13,2	11,0	
Pokémon	8,8	12,5	5,0	
Micky Maus - Magazin	7,5	10,6	4,3	
Wendy	7,3	0,5	14,5	
Donald Duck Sonderheft	6,0	8,0	3,8	
Disney Lustiges Taschenbuch	5,9	6,8	4,9	
Power Rangers	3,9	7,5	0,0	
LEGO Explorer	2,3	3,9	0,7	
Galileo Genial	1,8	2,7	0,9	
Power Magazin	1,6	3,2	0,0	
YUMMI	1,3	0,6	2,1	
Just Kick-it!	0,7	0,9	0,4	

* Absteigend sortiert nach Werten der Altersklasse 4 bis 5 Jahre

Lesebeispiel

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

Ergebnisse der 6- bis 13-Jährigen

Medien und Kommunikation	Seite 33
Umgang mit Zeitschriften	Seite 34
Lesegründe	Seite 35
Medienakzeptanz	Seite 36
Medienkompetenz	Seite 38
Kommunikation	Seite 40
Besitz, Mitbenutzung und Besitzwunsch	Seite 42
Besitz	Seite 43
Mitbenutzung	Seite 44
Besitzwunsch	Seite 45
Freiräume und Markenwünsche	Seite 46
Rechte des Kindes	Seite 47
Markenbewusstsein	Seite 48
Erfüllung des Markenwunsches	Seite 48
Genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten	Seite 49
Freizeit und Themeninteressen	Seite 51
Freizeitaktivitäten	Seite 52
Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen	Seite 57
Freizeitgestaltung mit Medien - Hören	Seite 60
Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen	Seite 62
Finanzielle Ausgaben	Seite 64
Ausgaben für Spielzeug, Bekleidung und Schulsachen	Seite 65
Ausgaben für Zeitschriften, Bücher und Ausflüge	Seite 66
Sonderthemen	Seite 67
Gaming	Seite 68
Werbung	Seite 71
Nachhaltigkeit	Seite 75
Corona	Seite 78

Medien und Kommunikation

Umgang mit Zeitschriften	Seite 34
Lesegründe	Seite 35
Medienakzeptanz	Seite 36
Medienkompetenz	Seite 38
Kommunikationskanäle und Apps der Kommunikation	Seite 40

Umgang mit Zeitschriften

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ich lese/ blättere die Zeitschriften meist vollständig durch.:					
trifft zu	64,6	63,6	65,5	63,6	65,5
trifft teilweise zu	26,2	26,3	26,1	27,2	25,3
trifft nicht zu	8,5	9,2	7,7	8,2	8,8
keine Angabe	0,7	0,8	0,6	1,0	0,5
Ich lese/ blättere in den Zeitschriften immer mal wieder.:					
trifft zu	47,0	45,8	48,2	49,4	44,5
trifft teilweise zu	41,7	41,9	41,4	41,4	42,0
trifft nicht zu	10,8	11,8	9,8	8,6	13,0
keine Angabe	0,6	0,5	0,6	0,6	0,5
Ich lese/ blättere in den Zeitschriften zusammen mit Anderen.:					
trifft zu	51,9	51,0	52,8	52,6	51,2
trifft teilweise zu	27,0	26,0	28,1	28,2	25,9
trifft nicht zu	20,5	22,4	18,4	18,4	22,5
keine Angabe	0,6	0,6	0,6	0,8	0,4
Ich sammle die Zeitschriften, bewahre sie auf.:					
trifft zu	48,4	47,2	49,8	48,6	48,3
trifft teilweise zu	30,7	31,7	29,7	33,8	27,7
trifft nicht zu	20,2	20,6	19,8	16,9	23,6
keine Angabe	0,6	0,6	0,6	0,8	0,4
Ich gebe die Zeitschriften an Andere weiter.:					
trifft zu	45,7	43,7	47,8	41,8	49,6
trifft teilweise zu	37,5	40,4	34,5	42,1	32,9
trifft nicht zu	16,0	15,2	17,0	15,5	16,6
keine Angabe	0,7	0,7	0,8	0,6	0,8
Wenn ich Zeitschriften lese, höre oder schaue ich nebenbei keine anderen Sachen.:					
trifft zu	44,8	44,0	45,8	45,4	44,3
trifft teilweise zu	32,9	32,1	33,7	34,3	31,4
trifft nicht zu	21,4	23,4	19,3	19,1	23,7
keine Angabe	0,9	0,5	1,2	1,2	0,5
Ich habe das Gefühl, dass ich von Zeitschriften oft etwas Interessantes lerne.:					
trifft zu	54,4	54,7	54,0	56,3	52,4
trifft teilweise zu	34,3	32,3	36,4	33,6	35,0
trifft nicht zu	8,7	10,4	6,8	7,0	10,3
keine Angabe	2,7	2,6	2,9	3,2	2,3
Ich mache bei Rätseln und Gewinnspielen von Zeitschriften mit.:					
trifft zu	36,7	37,4	36,0	37,1	36,4
trifft teilweise zu	31,3	33,4	29,1	32,5	30,1
trifft nicht zu	29,8	27,4	32,3	27,3	32,4
keine Angabe	2,1	1,7	2,6	3,1	1,1
Mich begeistern die Figuren, Helden und Geschichten in Zeitschriften.:					
trifft zu	51,7	56,0	47,2	59,8	43,6
trifft teilweise zu	33,1	29,2	37,2	30,2	36,0
trifft nicht zu	12,7	12,1	13,3	8,4	17,0
keine Angabe	2,5	2,7	2,3	1,7	3,4

Lesebeispiel

Bei 64,6% der 6- bis 13-Jährigen, trifft die Aussage 'Ich lese/ blättere die Zeitschriften meist vollständig durch' zu.

Lesegründe

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ich habe das Gefühl, dass ich von Zeitschriften oft etwas Interessantes lerne.					
trifft zu	54,4	54,7	54,0	56,3	52,4
trifft teilweise zu	34,3	32,3	36,4	33,6	35,0
trifft nicht zu	8,7	10,4	6,8	7,0	10,3
keine Angabe	2,7	2,6	2,9	3,2	2,3
Ich mache bei Rätseln und Gewinnspielen von Zeitschriften mit.					
trifft zu	36,7	37,4	36,0	37,1	36,4
trifft teilweise zu	31,3	33,4	29,1	32,5	30,1
trifft nicht zu	29,8	27,4	32,3	27,3	32,4
keine Angabe	2,1	1,7	2,6	3,1	1,1
Mich begeistern die Figuren, Helden und Geschichten in Zeitschriften.					
trifft zu	51,7	56,0	47,2	59,8	43,6
trifft teilweise zu	33,1	29,2	37,2	30,2	36,0
trifft nicht zu	12,7	12,1	13,3	8,4	17,0
keine Angabe	2,5	2,7	2,3	1,7	3,4

Lesebeispiel

Bei 54,4% der 6- bis 13-Jährigen, trifft die Aussage 'Ich habe das Gefühl, dass ich von Zeitschriften oft etwas Interessantes lerne' zu.

Medienakzeptanz - Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aussage trifft zu auf ...					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften					
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	86,0	85,8	86,3	87,3	84,7
Mein Kind kann etwas lernen.	80,6	79,3	81,9	82,0	79,1
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	76,9	75,2	78,7	77,6	76,2
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	76,2	74,7	77,8	79,2	73,1
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	69,7	67,3	72,3	72,5	66,9
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	67,8	67,3	68,4	72,2	63,4
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	67,1	66,4	67,9	68,2	66,1
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	62,4	61,9	63,0	64,7	60,1
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	59,1	57,6	60,7	60,8	57,4
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	57,2	57,2	57,2	56,5	57,9
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	48,8	45,3	52,5	50,3	47,3
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste					
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	72,2	72,6	71,8	72,1	72,3
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	64,1	61,4	67,0	62,9	65,3
Mein Kind kann etwas lernen.	60,9	59,1	62,9	58,4	63,5
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	60,2	59,0	61,5	57,4	63,1
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	58,9	59,3	58,6	58,0	59,9
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	54,4	54,6	54,1	55,2	53,6
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	54,1	52,5	55,8	56,1	52,1
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	52,1	51,0	53,3	46,4	57,8
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	49,4	49,7	49,2	45,6	53,3
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	45,1	45,0	45,3	43,6	46,7
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	44,2	43,9	44,5	43,6	44,7
soziale Netzwerke					
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	40,3	38,9	41,9	25,0	55,7
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	25,2	24,3	26,3	15,2	35,3
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	22,8	22,0	23,6	12,5	33,0
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	22,6	22,5	22,6	12,9	32,3
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	21,2	21,1	21,4	12,4	30,1
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	20,6	20,5	20,6	13,2	28,0
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	20,4	19,2	21,6	12,3	28,5
Mein Kind kann etwas lernen.	19,6	19,5	19,7	10,5	28,7
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	18,5	19,9	17,0	11,3	25,7
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	17,4	17,0	17,9	10,6	24,2
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	16,2	16,5	15,8	10,8	21,6

Lesebeispiel

80,6% 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	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aussage trifft zu auf ...					
YouTube					
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	54,5	55,6	53,2	49,0	59,9
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	47,8	49,2	46,3	41,7	53,9
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	42,5	43,1	42,0	37,8	47,3
Mein Kind kann etwas lernen.	37,4	38,3	36,3	32,9	41,8
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	37,3	39,0	35,4	33,0	41,6
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	37,1	39,2	34,8	33,1	41,1
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	36,3	37,5	35,1	29,7	43,0
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	32,4	34,0	30,7	28,1	36,7
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	31,7	30,0	33,5	27,6	35,9
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	31,0	31,6	30,3	27,2	34,8
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	26,0	26,7	25,2	24,4	27,5
Hörmedien wie Radio und Podcasts					
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	40,2	39,4	41,1	39,6	40,9
Mein Kind kann etwas lernen.	37,0	34,8	39,3	35,6	38,4
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	36,5	35,8	37,2	35,9	37,1
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	35,3	32,7	38,0	34,7	35,9
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	34,3	33,7	35,0	35,1	33,5
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	32,2	31,5	32,9	32,4	32,0
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	31,1	30,6	31,7	30,6	31,7
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	30,9	28,9	33,0	30,8	31,0
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	30,1	28,5	31,9	27,5	32,7
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	29,9	27,9	32,1	30,2	29,7
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	26,7	25,9	27,5	25,6	27,7
keins dieser Medien *					
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	13,7	14,7	12,6	13,3	14,1
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	12,6	13,1	12,1	13,7	11,5
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	9,9	10,4	9,4	9,5	10,3
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	5,5	5,7	5,3	6,7	4,3
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	4,7	4,8	4,7	4,1	5,3
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	4,2	4,7	3,8	4,3	4,2
Mein Kind kann etwas lernen.	3,7	3,8	3,7	3,9	3,6
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	3,1	3,4	2,8	3,7	2,5
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	2,2	2,3	2,1	2,2	2,2
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	1,5	1,6	1,4	1,5	1,5
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	1,5	1,7	1,3	1,6	1,4

* Hinweis: Aufgrund einer Änderung der Abfrage können die Ergebnisse nicht mit dem Vorjahr verglichen werden.

Lesebeispiel

37,0% der Erziehungsberechtigten der 6- bis 13-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind durch Hörmedien wie Radio und Podcasts etwas lernen kann.

Medienkompetenz - Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mein Kind kann etwas lernen.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	80,6	79,3	81,9	82,0	79,1
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	60,2	59,0	61,5	57,4	63,1
soziale Netzwerke	37,4	38,3	36,3	32,9	41,8
YouTube	37,0	34,8	39,3	35,6	38,4
Hörmedien wie Radio und Podcasts	19,6	19,5	19,7	10,5	28,7
keins dieser Medien	3,7	3,8	3,7	3,9	3,6
keine Angabe	1,5	2,0	1,0	2,0	1,1
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	59,1	57,6	60,7	60,8	57,4
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	45,1	45,0	45,3	43,6	46,7
soziale Netzwerke	31,0	31,6	30,3	27,2	34,8
YouTube	26,7	25,9	27,5	25,6	27,7
Hörmedien wie Radio und Podcasts	18,5	19,9	17,0	11,3	25,7
keins dieser Medien	13,7	14,7	12,6	13,3	14,1
keine Angabe	2,9	2,8	3,0	3,0	2,9
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	69,7	67,3	72,3	72,5	66,9
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	54,4	54,6	54,1	55,2	53,6
soziale Netzwerke	37,3	39,0	35,4	33,0	41,6
YouTube	34,3	33,7	35,0	35,1	33,5
Hörmedien wie Radio und Podcasts	20,6	20,5	20,6	13,2	28,0
keins dieser Medien	4,7	4,8	4,7	4,1	5,3
keine Angabe	2,1	2,4	1,7	2,4	1,8
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	76,2	74,7	77,8	79,2	73,1
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	72,2	72,6	71,8	72,1	72,3
soziale Netzwerke	54,5	55,6	53,2	49,0	59,9
YouTube	40,3	38,9	41,9	25,0	55,7
Hörmedien wie Radio und Podcasts	40,2	39,4	41,1	39,6	40,9
keins dieser Medien	1,5	1,7	1,3	1,6	1,4
keine Angabe	0,6	0,6	0,7	0,7	0,6
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	76,9	75,2	78,7	77,6	76,2
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	49,4	49,7	49,2	45,6	53,3
soziale Netzwerke	36,3	37,5	35,1	29,7	43,0
YouTube	29,9	27,9	32,1	30,2	29,7
Hörmedien wie Radio und Podcasts	22,6	22,5	22,6	12,9	32,3
keins dieser Medien	4,0	4,6	3,3	4,1	3,8
keine Angabe	3,1	3,4	2,8	3,7	2,5
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	86,0	85,8	86,3	87,3	84,7
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	52,1	51,0	53,3	46,4	57,8
soziale Netzwerke	47,8	49,2	46,3	41,7	53,9
YouTube	32,2	31,5	32,9	32,4	32,0
Hörmedien wie Radio und Podcasts	22,8	22,0	23,6	12,5	33,0
keins dieser Medien	1,5	1,6	1,4	1,5	1,5
keine Angabe	1,5	2,0	0,9	1,7	1,4

Lesebeispiel

80,6% der Erziehungsberechtigten der 6- bis 13-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind in Kinder- und Jugend-Zeitschriften etwas lernen kann.

Medienkompetenz - Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	58,9	59,3	58,6	58,0	59,9
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	48,8	45,3	52,5	50,3	47,3
soziale Netzwerke	32,4	34,0	30,7	28,1	36,7
YouTube	30,1	28,5	31,9	27,5	32,7
Hörmedien wie Radio und Podcasts	20,4	19,2	21,6	12,3	28,5
keins dieser Medien	12,6	13,1	12,1	13,7	11,5
keine Angabe	2,5	2,7	2,2	1,9	3,1
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	60,9	59,1	62,9	58,4	63,5
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	57,2	57,2	57,2	56,5	57,9
soziale Netzwerke	36,5	35,8	37,2	35,9	37,1
YouTube	31,7	30,0	33,5	27,6	35,9
Hörmedien wie Radio und Podcasts	21,2	21,1	21,4	12,4	30,1
keins dieser Medien	5,5	5,7	5,3	6,7	4,3
keine Angabe	2,0	2,7	1,3	2,3	1,7
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	67,8	67,3	68,4	72,2	63,4
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	64,1	61,4	67,0	62,9	65,3
soziale Netzwerke	42,5	43,1	42,0	37,8	47,3
YouTube	35,3	32,7	38,0	34,7	35,9
Hörmedien wie Radio und Podcasts	25,2	24,3	26,3	15,2	35,3
keins dieser Medien	3,8	4,8	2,7	4,3	3,3
keine Angabe	2,2	2,3	2,1	2,2	2,2
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	62,4	61,9	63,0	64,7	60,1
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	44,2	43,9	44,5	43,6	44,7
soziale Netzwerke	31,1	30,6	31,7	30,6	31,7
YouTube	26,0	26,7	25,2	24,4	27,5
Hörmedien wie Radio und Podcasts	16,2	16,5	15,8	10,8	21,6
keins dieser Medien	9,9	10,4	9,4	9,5	10,3
keine Angabe	5,2	5,5	5,0	5,2	5,3
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.					
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	67,1	66,4	67,9	68,2	66,1
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	54,1	52,5	55,8	56,1	52,1
soziale Netzwerke	37,1	39,2	34,8	33,1	41,1
YouTube	30,9	28,9	33,0	30,8	31,0
Hörmedien wie Radio und Podcasts	17,4	17,0	17,9	10,6	24,2
keins dieser Medien	4,5	4,6	4,4	5,0	4,0
keine Angabe	4,2	4,7	3,8	4,3	4,2

Lesebeispiel

58,9% der Erziehungsberechtigten der 6- bis 13-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind in Kinder- und Jugend-Zeitschriften auf interessante Produkte aufmerksam gemacht wird.

Kommunikation: Kanäle

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
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	90,3	89,4	91,3	89,9	90,8
ab und zu	9,3	10,2	8,3	9,5	9,0
gar nicht	0,3	0,4	0,3	0,4	0,2
keine Angabe	0,1	0,0	0,2	0,2	0,0
Telefonieren, Audiochat (ohne dass man die andere Person sieht):					
häufig	45,3	44,0	46,8	33,1	57,6
ab und zu	44,0	44,5	43,5	50,8	37,2
gar nicht	10,3	11,3	9,3	15,7	4,9
keine Angabe	0,3	0,2	0,5	0,4	0,3
Telefonieren per Videochat (so dass man die andere Person sieht):					
häufig	19,0	17,6	20,4	8,8	29,1
ab und zu	42,3	41,5	43,1	37,2	47,4
gar nicht	38,5	40,8	36,2	53,7	23,3
keine Angabe	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2
Textnachrichten schreiben (z.B. WhatsApp, SMS, E-Mail):					
häufig	45,0	43,7	46,3	19,8	70,2
ab und zu	23,8	24,7	22,9	24,2	23,4
gar nicht	31,0	31,6	30,4	55,6	6,4
keine Angabe	0,2	0,0	0,4	0,4	0,0
Briefe, Postkarten schreiben:					
häufig	1,8	2,1	1,6	1,1	2,6
ab und zu	19,7	16,1	23,6	18,8	20,7
gar nicht	78,1	81,6	74,5	79,9	76,3
keine Angabe	0,3	0,2	0,3	0,2	0,4
Sprachnachrichten schicken:					
häufig	27,3	25,2	29,5	12,3	42,3
ab und zu	33,0	33,6	32,3	26,9	39,1
gar nicht	39,0	40,7	37,2	60,2	17,7
keine Angabe	0,8	0,5	1,0	0,5	1,0
Videonachrichten schicken:					
häufig	15,0	15,6	14,4	7,1	22,9
ab und zu	30,8	26,8	35,0	19,4	42,2
gar nicht	53,6	57,4	49,6	72,9	34,3
keine Angabe	0,6	0,3	1,0	0,6	0,7
Bilder, Status posten:					
häufig	20,7	20,6	20,7	8,4	33,0
ab und zu	31,3	29,6	33,2	20,0	42,7
gar nicht	47,6	49,5	45,6	71,0	24,1
keine Angabe	0,4	0,3	0,5	0,5	0,3

Lesebeispiel
15,0% der 6- bis 13-Jährigen schicken ihren Freunden
häufig Videonachrichten.

Kommunikation: Apps

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Apps der Kommunikation *					
Das Kind nutzt...					
Facebook	11,8	11,4	12,1	5,1	18,4
Facebook Messenger	6,5	6,3	6,7	2,4	10,6
WhatsApp	58,9	59,2	58,6	35,7	82,1
Snapchat	18,5	17,8	19,3	8,3	28,8
Instagram	17,3	18,0	16,5	4,5	30,0
TikTok	35,9	37,0	34,8	18,4	53,4
Telegram	4,3	4,4	4,2	0,8	7,8
Signal	1,3	1,1	1,5	0,5	2,2
Skype	11,4	10,9	11,9	5,8	17,0
Zoom	12,4	13,4	11,4	6,9	17,9
Teams	6,6	7,6	5,6	2,5	10,7
Facetime	11,0	10,1	12,0	5,3	16,8
andere Apps	29,2	30,5	27,7	26,5	31,8
Kind nutzt keine Apps	2,6	3,2	2,0	5,0	0,3
keine Angabe	2,8	2,9	2,7	4,6	0,9

Lesebeispiel
11,8% der 6- bis 13-Jährigen nutzen Facebook als
Kommunikationsmittel.

Besitz, Mitbenutzung und Besitzwunsch

Besitz	Seite 43
Mitbenutzung	Seite 44
Besitzwunsch	Seite 45

Besitz

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kind besitzt...					
Fernseher	30,0	31,7	28,2	13,2	46,8
Computer, Laptop	22,8	23,4	22,1	7,5	38,0
Tablet (z.B. iPad)	18,9	17,7	20,2	10,8	27,1
Spielekonsole (z.B. Playstation, Wii, Xbox)	24,2	32,7	15,3	11,2	37,3
tragbare Konsole (z.B. Nintendo Switch)	36,7	39,4	33,9	31,6	41,9
Spiele/ Games für tragbare Konsole/ Spielekonsole am Fernseher	40,4	45,7	34,9	29,9	51,0
Smartphone	53,8	53,9	53,7	22,9	84,8
Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich)	80,5	88,2	72,4	86,2	74,8
Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	54,4	71,1	36,9	53,7	55,2
Puzzle	87,0	86,0	88,1	90,2	83,8
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich)	77,2	80,7	73,4	84,0	70,3
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	49,4	85,6	11,2	51,7	47,1
Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen	45,5	7,1	86,1	50,0	41,0
Gesellschafts-/ Kartenspiele	79,2	73,6	85,2	79,1	79,4
Geräte wie Alexa oder Google Home (Smartspeaker/ Sprachassis- tenten)/ Toniebox & Tonies	20,6	21,4	19,8	23,0	18,2

Lesebeispiel
30,0% der 6- bis 13-Jährigen besitzen einen Fernseher.

Mitbenutzung

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kind kann im Haushalt ... mitnutzen					
Fernseher	73,4	73,1	73,6	83,8	63,0
Computer, Laptop	59,5	59,7	59,3	61,0	58,1
Tablet (z.B. iPad)	47,2	47,5	47,0	48,9	45,6
Spielekonsole (z.B. Playstation, Wii, Xbox)	34,2	31,4	37,2	35,9	32,5
tragbare Konsole (z.B. Nintendo Switch)	20,7	19,5	22,0	22,3	19,2
Spiele/ Games für tragbare Konsole/ Spielekonsole am Fernseher	28,0	26,4	29,7	29,8	26,2
Smartphone	27,6	29,3	25,7	41,5	13,6
Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich)	19,9	16,5	23,6	22,5	17,4
Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	16,0	12,5	19,8	16,4	15,7
Puzzle	19,8	18,0	21,7	21,1	18,4
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich)	12,2	10,2	14,2	12,2	12,2
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	14,7	12,8	16,7	14,7	14,7
Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen	5,6	4,1	7,1	5,6	5,5
Gesellschafts-/ Kartenspiele	40,6	41,1	40,0	41,6	39,5
Geräte wie Alexa oder Google Home (Smartspeaker/ Sprachassis- tenten)/ Toniebox & Tonies	25,6	23,7	27,5	19,6	31,6

Lesebeispiel
73,4% der 6- bis 13-Jährigen können einen Fernseher mitnutzen.

Besitzwunsch

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kind wünscht sich...					
Fernseher	18,7	18,5	19,0	20,4	17,0
Computer, Laptop	23,1	24,3	21,9	23,3	22,9
Tablet (z.B. iPad)	32,7	33,2	32,1	31,8	33,6
Spielekonsole (z.B. Playstation, Wii, Xbox)	29,0	31,2	26,6	33,4	24,6
tragbare Konsole (z.B. Nintendo Switch)	29,3	30,3	28,2	36,7	21,9
Spiele/ Games für tragbare Konsole/ Spielekonsole am Fernseher	38,0	40,0	35,9	40,8	35,2
Smartphone	38,0	38,0	38,0	45,5	30,4
Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich)	21,9	26,8	16,6	30,2	13,5
Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	18,5	26,8	9,7	23,0	14,0
Puzzle	19,9	17,8	22,2	26,9	12,9
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich)	17,5	18,0	17,1	26,1	8,9
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	16,2	27,9	3,8	20,9	11,4
Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen	11,4	3,6	19,6	16,8	5,9
Gesellschafts-/ Kartenspiele	28,3	26,9	29,9	31,4	25,2
Geräte wie Alexa oder Google Home (Smartspeaker/ Sprachassis- tenten)/ Toniebox & Tonies	25,3	24,6	26,1	25,0	25,6

Lesebeispiel
18,7% der 6- bis 13-Jährigen wünschen sich einen
Fernseher.

Freiräume und Markenwünsche

Rechte des Kindes	Seite 47
Markenbewusstsein	Seite 48
Erfüllung des Markenwunsches	Seite 48
Genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten	Seite 49

Rechte des Kindes

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kind darf... *					
mitbestimmen, was die Familie gemeinsam unternimmt	86,5	87,9	84,9	83,3	89,7
bei Lebensmitteleinkäufen für den Haushalt mitentscheiden	84,4	84,4	84,5	79,6	89,3
sein Taschengeld in vollem Umfang selbständig ausgeben	83,1	82,7	83,6	74,6	91,7
selbst bestimmen, welche Bücher/ Zeitschriften es liest	67,8	67,1	68,6	53,8	81,9
selbst bestimmen, wie sein Zimmer eingerichtet ist	67,4	65,9	69,0	56,6	78,2
die Urlaubsaktivität mitbestimmen	63,3	62,3	64,4	53,8	72,9
sich so kleiden/ stylen, wie es ihm gefällt	61,3	59,7	63,0	52,2	70,5
selbst bestimmen, welche Fernsehsendungen es sieht	46,3	46,2	46,5	30,2	62,5
allein ohne Aufsicht im Internet surfen/ Apps nutzen	42,0	41,8	42,1	19,0	65,0
beim Kauf von Unterhaltungselektronik/ Computern Einfluss nehmen	40,0	42,6	37,2	24,3	55,7
selbst bestimmen, welche Apps auf dem Smartphone/ Tablet es nutzt	29,6	31,2	27,9	13,1	46,1

* Absteigend sortiert nach Werten der Altersklasse 6 bis 13 Jahre

Lesebeispiel

86,5% der 6- bis 13-Jährigen dürfen mitbestimmen, was die Familie gemeinsam unternimmt.

Markenbewusstsein und Erfüllung des Markenwunsches

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Marke ist wichtig (bei Kindern erfragt)					
Spielzeug	63,9	68,5	58,9	48,7	79,1
Schulsachen, Stifte, Füller	60,4	60,3	60,5	49,3	71,5
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	60,3	68,5	51,5	47,8	72,7
Handy/ Smartphone	59,7	62,8	56,4	39,8	79,6
Spielekonsolen, tragbare Konsolen	56,1	59,1	53,0	56,9	55,3
Kleidung, Anziehsachen	53,6	51,8	55,6	36,3	70,9
Sportschuhe, Sneaker	48,1	46,0	50,4	41,1	55,2
Essen und Trinken	45,7	44,9	46,5	45,1	46,4
Markenwunsch wird meistens erfüllt (bei Erziehungsberechtigtem erfragt)					
Spielzeug	56,0	56,1	55,8	55,6	56,3
Schulsachen, Stifte, Füller	52,8	56,1	49,3	41,1	64,5
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	45,9	48,1	43,5	51,1	40,6
Handy/ Smartphone	45,6	44,5	46,9	39,5	51,8
Spielekonsolen, tragbare Konsolen	45,4	44,1	46,7	36,7	54,1
Kleidung, Anziehsachen	44,5	39,9	49,4	35,6	53,5
Sportschuhe, Sneaker	28,8	28,0	29,6	14,3	43,4
Essen und Trinken	28,8	33,9	23,3	20,5	37,0
nichts davon/ keine Angabe	8,2	8,2	8,3	12,2	4,2

Lesebeispiel

63,9% der 6- bis 13-Jährigen legen bei Spielzeug Wert auf eine bestimmte Marke und bei 56,0% wird dieser Markenwunsch meistens erfüllt.

Genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten - Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Hauptsächlich genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten bei Einkäufen für das Kind bei ...					
Bekleidung					
beim Kind selbst	78,9	77,6	80,2	72,1	85,6
in der Familie/ bei Freunden	61,5	61,4	61,5	64,1	58,9
im Geschäft	35,9	36,6	35,1	38,8	33,0
durch die Werbung	27,7	27,3	28,0	28,0	27,4
woanders	10,1	9,9	10,3	10,7	9,4
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	0,6	0,8	0,4	0,5	0,6
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Schuhe					
beim Kind selbst	70,5	69,0	72,1	64,8	76,3
in der Familie/ bei Freunden	60,5	59,9	61,0	63,4	57,5
im Geschäft	34,1	34,0	34,2	35,1	33,1
durch die Werbung	26,8	27,4	26,1	27,1	26,4
woanders	11,2	11,0	11,5	10,8	11,7
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	0,8	1,0	0,5	0,8	0,7
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lebensmittel					
beim Kind selbst	61,6	61,1	62,1	58,1	65,1
in der Familie/ bei Freunden	58,2	56,5	60,1	59,5	57,0
im Geschäft	38,0	37,5	38,5	38,4	37,5
durch die Werbung	35,2	35,5	34,9	34,4	36,1
woanders	10,5	11,5	9,5	10,0	11,0
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	1,9	2,4	1,4	2,5	1,3
keine Angabe	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2
elektronische Geräte					
beim Kind selbst	55,7	55,9	55,6	51,6	59,9
in der Familie/ bei Freunden	48,9	51,2	46,5	39,2	58,6
im Geschäft	44,6	42,1	47,2	42,7	46,5
durch die Werbung	28,4	27,6	29,1	27,6	29,1
woanders	12,3	11,8	12,9	12,6	12,1
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	5,0	4,3	5,7	8,3	1,7
keine Angabe	3,6	3,7	3,4	5,0	2,2

Lesebeispiel

Beim Kauf von Bekleidung für die 6- bis 13-Jährigen informieren sich 78,9% der Erziehungsberechtigten bei den Kindern selbst.

Genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten - Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Hauptsächlich genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten bei Einkäufen für das Kind bei ...					
klassisches Spielzeug					
beim Kind selbst	73,4	74,4	72,4	75,1	71,8
in der Familie/ bei Freunden	51,6	52,0	51,2	55,8	47,4
im Geschäft	37,7	37,2	38,2	40,6	34,9
durch die Werbung	29,5	29,2	29,8	30,6	28,5
durch Beiträge in den Medien	12,0	11,4	12,7	11,8	12,3
woanders	4,0	3,9	4,2	0,8	7,2
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	1,2	1,6	0,7	1,1	1,2
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sportausrüstung					
beim Kind selbst	61,3	62,8	59,7	52,4	70,2
in der Familie/ bei Freunden	58,1	57,2	59,0	59,4	56,8
im Geschäft	34,4	34,2	34,6	34,8	34,0
durch die Werbung	23,0	22,4	23,6	21,9	24,1
woanders	11,6	10,9	12,3	12,5	10,6
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	2,6	2,2	3,0	3,0	2,3
keine Angabe	2,0	2,2	1,9	2,5	1,6
Körperpflege, Kosmetik					
beim Kind selbst	61,0	59,9	62,2	63,5	58,5
in der Familie/ bei Freunden	45,3	40,9	50,1	35,8	54,9
im Geschäft	35,2	35,1	35,3	35,3	35,1
durch die Werbung	33,3	32,4	34,4	34,5	32,2
woanders	9,4	9,4	9,3	8,8	9,9
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	2,9	4,2	1,5	3,4	2,4
keine Angabe	2,0	2,8	1,1	2,7	1,3

Lesebeispiel

Beim Kauf von Sportausrüstung für die 6- bis 13-Jährigen informieren sich 61,3% der Erziehungsberechtigten bei den Kindern selbst.

Freizeit und Medieninteressen

Freizeitaktivitäten	Seite 52
Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen	Seite 57
Freizeitgestaltung mit Medien - Hören	Seite 60
Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen	Seite 62

Freizeitaktivitäten - Teil 1/5

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ein eigenes Instrument spielen/ Musizieren					
(fast) jeden Tag	2,7	2,9	2,6	2,4	3,1
mehrmals pro Woche	17,6	14,2	21,1	12,2	22,9
etwa einmal pro Woche	10,2	7,8	12,7	10,4	10,0
seltener	12,5	12,7	12,2	14,4	10,5
nie	57,0	62,5	51,2	60,6	53,4
keine Angabe	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Sport treiben					
(fast) jeden Tag	5,6	7,5	3,5	5,2	6,0
mehrmals pro Woche	41,9	47,3	36,2	34,5	49,3
etwa einmal pro Woche	33,5	29,8	37,4	36,5	30,4
seltener	14,6	12,1	17,4	17,4	11,8
nie	4,3	3,2	5,4	6,2	2,4
keine Angabe	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0
im Freien spielen					
(fast) jeden Tag	18,9	20,1	17,6	23,7	14,0
mehrmals pro Woche	58,1	61,3	54,6	60,5	55,6
etwa einmal pro Woche	17,3	14,4	20,4	13,0	21,7
seltener	5,0	3,7	6,4	2,4	7,5
nie	0,7	0,4	1,0	0,4	1,0
keine Angabe	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2
mit Freund:innen zusammen sein					
(fast) jeden Tag	21,2	21,3	21,1	18,4	24,1
mehrmals pro Woche	57,9	59,7	56,1	59,5	56,4
etwa einmal pro Woche	15,5	13,6	17,6	16,7	14,4
seltener	4,9	4,9	4,8	5,1	4,6
nie	0,4	0,5	0,2	0,3	0,4
keine Angabe	0,1	0,0	0,2	0,0	0,2
etwas zusammen mit der Familie machen (z.B. spielen, Ausflüge)					
(fast) jeden Tag	4,9	4,8	5,0	5,6	4,2
mehrmals pro Woche	35,3	34,1	36,5	39,7	30,8
etwa einmal pro Woche	39,4	40,1	38,7	38,3	40,6
seltener	19,1	19,4	18,8	15,2	23,0
nie	1,3	1,5	1,0	1,2	1,3
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ins Kino gehen					
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
mehrmals pro Woche	0,7	0,9	0,6	0,9	0,5
etwa einmal pro Woche	2,0	1,7	2,2	2,1	1,9
seltener	70,7	70,9	70,4	65,9	75,5
nie	25,7	25,9	25,4	30,4	21,0
keine Angabe	0,9	0,6	1,3	0,7	1,2

Lesebeispiel
5,6% der 6- bis 13-Jährigen treiben (fast) jeden Tag in
ihrer Freizeit Sport.

Freizeitaktivitäten - Teil 2/5

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
sich mit Tieren beschäftigen, füttern, pflegen					
(fast) jeden Tag	25,2	22,5	28,0	24,6	25,8
mehrmals pro Woche	12,1	10,3	14,0	13,3	10,8
etwa einmal pro Woche	6,0	4,8	7,1	6,1	5,8
seltener	18,0	17,0	19,1	18,4	17,6
nie	38,7	45,2	31,7	37,6	39,7
keine Angabe	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2
Reiten					
(fast) jeden Tag	0,5	0,3	0,7	0,6	0,4
mehrmals pro Woche	3,8	0,8	6,9	3,4	4,2
etwa einmal pro Woche	3,8	1,6	6,1	3,7	3,9
seltener	9,3	6,5	12,2	8,7	9,9
nie	82,6	90,8	74,0	83,6	81,6
keine Angabe	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
Kochen/ Backen					
(fast) jeden Tag	0,4	0,3	0,5	0,4	0,5
mehrmals pro Woche	8,1	5,8	10,4	7,0	9,2
etwa einmal pro Woche	19,5	10,4	29,2	17,6	21,5
seltener	30,6	25,7	35,8	30,4	30,8
nie	41,4	57,8	24,1	44,7	38,1
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Malen, Zeichnen, Basteln, Handarbeiten					
(fast) jeden Tag	8,4	6,0	10,9	12,3	4,4
mehrmals pro Woche	34,3	29,6	39,2	41,2	27,3
etwa einmal pro Woche	27,4	26,5	28,3	26,1	28,7
seltener	19,5	22,8	16,1	13,8	25,3
nie	10,5	15,1	5,5	6,6	14,3
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Verkleiden					
(fast) jeden Tag	0,3	0,2	0,4	0,3	0,3
mehrmals pro Woche	5,7	3,6	7,9	7,8	3,5
etwa einmal pro Woche	13,4	10,1	16,9	17,8	9,1
seltener	43,9	41,9	46,0	46,6	41,2
nie	36,5	44,0	28,6	27,2	45,9
keine Angabe	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1
Puzzeln					
(fast) jeden Tag	1,7	1,6	1,8	2,6	0,8
mehrmals pro Woche	20,8	18,3	23,4	26,4	15,1
etwa einmal pro Woche	22,7	22,2	23,4	27,4	18,1
seltener	36,3	36,6	36,1	33,4	39,3
nie	18,4	21,4	15,3	10,2	26,7
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Lesebeispiel
22,7% der 6- bis 13-Jährigen puzzeln etwa einmal pro Woche.

Freizeitaktivitäten - Teil 3/5

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gesellschaftsspiele spielen (z.B. Brettspiele, Kartenspiele)					
(fast) jeden Tag	4,8	5,4	4,1	5,5	4,1
mehrmals pro Woche	35,8	34,6	37,1	42,1	29,6
etwa einmal pro Woche	26,1	24,6	27,7	25,2	27,0
seltener	27,5	28,0	27,1	22,8	32,3
nie	5,7	7,3	4,0	4,5	7,0
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bücher oder Spielbretter, die mithilfe eines Gerätes um Geräusche oder Gesprochenes erweitert werden, z.B. Hörstifte wie TipToi oder BOOKii (Interaktive Lernspiele)					
(fast) jeden Tag	1,4	1,0	1,9	1,1	1,7
mehrmals pro Woche	12,6	11,6	13,6	17,4	7,7
etwa einmal pro Woche	13,1	13,0	13,3	15,3	10,9
seltener	17,7	17,1	18,4	20,3	15,2
nie	54,4	56,6	52,2	45,1	63,8
keine Angabe	0,7	0,7	0,6	0,7	0,7
Spielzeug oder -Bücher, bei denen das Gebaute oder die Geschichten mit einer App am Bildschirm zum Leben erweckt werden, wie z.B. LEGO Hidden Side oder SuperBuch (Augmented Reality)					
(fast) jeden Tag	1,1	1,0	1,2	0,6	1,6
mehrmals pro Woche	6,9	6,3	7,6	8,1	5,7
etwa einmal pro Woche	9,7	10,0	9,5	10,3	9,2
seltener	12,4	11,4	13,4	11,6	13,1
nie	69,3	70,7	67,8	68,7	69,9
keine Angabe	0,5	0,6	0,5	0,7	0,3
Sammeln, mit einer Sammlung beschäftigen					
(fast) jeden Tag	3,2	3,5	2,9	4,0	2,5
mehrmals pro Woche	25,4	26,7	24,0	29,8	21,0
etwa einmal pro Woche	20,2	22,9	17,3	21,4	19,0
seltener	25,7	24,5	27,0	23,6	27,8
nie	25,0	22,2	28,0	20,4	29,6
keine Angabe	0,5	0,2	0,9	0,8	0,2
mit Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen/ Stofftieren spielen					
(fast) jeden Tag	10,4	3,7	17,6	18,6	2,2
mehrmals pro Woche	16,2	6,3	26,7	23,6	8,8
etwa einmal pro Woche	9,8	4,7	15,1	10,9	8,7
seltener	13,8	10,3	17,4	9,9	17,7
nie	49,7	74,9	23,0	37,0	62,4
keine Angabe	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
mit Actionfiguren (z.B. Power Rangers, Star Wars, Batman) spielen					
(fast) jeden Tag	2,9	5,5	0,1	4,5	1,3
mehrmals pro Woche	19,0	33,5	3,7	24,5	13,5
etwa einmal pro Woche	13,9	19,1	8,4	15,1	12,6
seltener	16,9	19,5	14,0	15,0	18,7
nie	47,3	22,4	73,6	40,8	53,8
keine Angabe	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Lesebeispiel
2,9% der 6- bis 13-Jährigen spielen (fast) jeden Tag mit Actionfiguren.

Freizeitaktivitäten - Teil 4/5

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
mit Spielkästen, Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich) spielen					
(fast) jeden Tag	10,3	13,9	6,5	16,8	3,9
mehrmals pro Woche	32,7	38,8	26,3	40,2	25,2
etwa einmal pro Woche	17,8	18,6	16,9	18,1	17,4
seltener	18,3	16,0	20,7	12,6	24,0
nie	20,9	12,7	29,5	12,3	29,5
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
sich mit Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen) beschäftigen					
(fast) jeden Tag	2,0	3,4	0,4	2,3	1,6
mehrmals pro Woche	20,0	29,2	10,3	21,1	18,9
etwa einmal pro Woche	18,7	21,9	15,3	19,9	17,5
seltener	25,4	26,4	24,3	23,3	27,6
nie	33,9	19,1	49,5	33,4	34,4
keine Angabe	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
im Internet surfen/ nach Sachen suchen, die interessieren					
(fast) jeden Tag	19,7	19,8	19,6	3,6	35,8
mehrmals pro Woche	31,8	32,3	31,2	23,5	40,1
etwa einmal pro Woche	13,9	14,0	13,8	18,5	9,3
seltener	12,2	12,3	12,1	16,1	8,3
nie	22,3	21,4	23,4	38,2	6,5
keine Angabe	0,1	0,2	0,0	0,1	0,1
mit tragbarer Konsole (z.B. Nintendo Switch) spielen					
(fast) jeden Tag	9,2	11,5	6,7	6,8	11,6
mehrmals pro Woche	28,6	29,7	27,5	29,5	27,8
etwa einmal pro Woche	10,1	9,3	10,9	9,4	10,8
seltener	17,5	17,6	17,3	14,5	20,4
nie	34,6	31,8	37,5	39,7	29,4
keine Angabe	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
mit einer Spielkonsole am Fernseher (z.B. PlayStation oder Xbox) spielen					
(fast) jeden Tag	6,2	8,9	3,3	3,0	9,3
mehrmals pro Woche	27,4	33,2	21,2	18,2	36,6
etwa einmal pro Woche	11,1	9,7	12,5	11,7	10,4
seltener	16,1	14,5	17,7	15,1	17,0
nie	39,2	33,4	45,3	52,0	26,3
keine Angabe	0,2	0,3	0,0	0,1	0,3
am Smartphone oder Tablet spielen					
(fast) jeden Tag	24,4	24,3	24,5	9,5	39,2
mehrmals pro Woche	33,7	33,9	33,5	29,7	37,7
etwa einmal pro Woche	11,5	11,5	11,6	16,0	7,1
seltener	11,4	12,9	9,8	16,1	6,7
nie	19,0	17,3	20,7	28,6	9,3
keine Angabe	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0

Lesebeispiel
24,4% der 6- bis 13-Jährigen spielen (fast) jeden Tag am Smartphone oder Tablet.

Freizeitaktivitäten - Teil 5/5

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
am PC/ Laptop spielen					
(fast) jeden Tag	6,5	7,9	5,0	2,4	10,5
mehrmals pro Woche	27,2	28,3	26,1	18,8	35,6
etwa einmal pro Woche	16,5	16,4	16,6	17,6	15,5
seltener	19,2	18,3	20,2	21,0	17,4
nie	30,6	29,1	32,1	40,2	20,9
keine Angabe	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
ausruhen/ nichts tun, chillen					
(fast) jeden Tag	25,7	26,5	24,9	24,5	26,8
mehrmals pro Woche	46,4	44,7	48,2	44,3	48,5
etwa einmal pro Woche	14,5	15,1	13,9	14,6	14,5
seltener	10,0	10,0	10,1	11,7	8,4
nie	3,1	3,5	2,7	4,5	1,7
keine Angabe	0,2	0,2	0,3	0,4	0,1

Lesebeispiel
6,5% der 6- bis 13-Jährigen spielen (fast) jeden Tag am PC oder Laptop.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Art und Weise

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Serien, Filme oder Videos					
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft					
(fast) jeden Tag	48,7	47,5	49,9	49,6	47,8
mehrmals pro Woche	35,2	36,6	33,7	35,0	35,3
etwa einmal pro Woche	6,2	5,5	6,9	6,3	6,1
seltener	6,0	6,4	5,6	4,8	7,2
nie	3,8	3,9	3,8	4,2	3,5
keine Angabe	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
mit Mediatheken oder Apps von Fernsehsendern					
(fast) jeden Tag	6,3	6,3	6,2	4,6	8,0
mehrmals pro Woche	29,3	29,5	29,1	26,6	32,0
etwa einmal pro Woche	21,5	21,6	21,4	23,1	19,9
seltener	17,3	17,8	16,7	15,4	19,2
nie	25,5	24,8	26,2	29,9	21,0
keine Angabe	0,2	0,0	0,5	0,5	0,0
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. YouTube, Vimeo					
(fast) jeden Tag	14,5	14,4	14,5	8,4	20,6
mehrmals pro Woche	45,8	48,6	43,0	37,0	54,7
etwa einmal pro Woche	13,1	13,2	13,0	16,1	10,1
seltener	9,0	8,8	9,2	11,5	6,5
nie	17,2	14,6	19,9	26,3	8,1
keine Angabe	0,4	0,4	0,4	0,7	0,1
mit Streaming-Diensten wie z.B. Netflix, Disney+ oder Amazon Prime Video					
(fast) jeden Tag	13,1	13,5	12,6	10,2	16,0
mehrmals pro Woche	32,3	31,2	33,5	26,1	38,6
etwa einmal pro Woche	12,8	12,9	12,7	14,0	11,6
seltener	11,0	10,2	11,9	10,6	11,5
nie	30,5	31,9	28,9	38,6	22,3
keine Angabe	0,2	0,1	0,4	0,5	0,0
mit Apps, in denen kurze Videos geteilt werden wie z.B. TikTok, Snapchat oder Instagram					
(fast) jeden Tag	14,8	14,4	15,2	3,4	26,1
mehrmals pro Woche	27,3	28,2	26,4	17,9	36,8
etwa einmal pro Woche	8,3	9,0	7,6	8,0	8,7
seltener	6,4	6,1	6,7	6,1	6,8
nie	42,9	42,1	43,7	64,2	21,5
keine Angabe	0,3	0,3	0,3	0,4	0,2
mit DVDs/ Blu-rays/ auf Festplatte aufgenommen					
(fast) jeden Tag	1,0	1,0	0,9	0,9	1,0
mehrmals pro Woche	13,6	15,0	12,2	13,7	13,5
etwa einmal pro Woche	18,7	19,4	18,0	19,2	18,2
seltener	41,3	39,9	42,9	39,2	43,5
nie	25,1	24,4	25,8	26,7	23,5
keine Angabe	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2

Lesebeispiel

13,1% der 6- bis 13-Jährigen schauen (fast) jeden Tag Serien, Filme oder Videos mit Streaming-Diensten wie z.B. Netflix, Disney+ oder Amazon Prime Video.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Mediatheken, Video- oder Streamingdienste Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Amazon Prime Video					
(fast) jeden Tag	2,0	1,8	2,3	1,6	2,5
mehrmals pro Woche	12,9	12,4	13,4	9,5	16,3
etwa einmal pro Woche	8,3	7,1	9,7	6,5	10,3
seltener	12,0	12,0	12,0	8,6	15,4
nie	63,4	65,6	61,2	72,5	54,3
keine Angabe	1,3	1,1	1,5	1,4	1,3
Disney+					
(fast) jeden Tag	2,0	2,2	1,8	1,7	2,3
mehrmals pro Woche	10,6	9,3	12,0	11,0	10,2
etwa einmal pro Woche	8,2	8,1	8,3	9,0	7,4
seltener	15,4	14,0	16,9	13,6	17,2
nie	62,9	65,7	59,9	63,5	62,3
keine Angabe	0,9	0,7	1,0	1,2	0,5
KiKA-Player					
(fast) jeden Tag	0,9	1,1	0,7	1,1	0,8
mehrmals pro Woche	5,4	5,0	5,9	6,1	4,7
etwa einmal pro Woche	12,1	11,2	13,1	12,3	11,9
seltener	15,1	15,8	14,5	16,1	14,2
nie	65,6	66,3	64,8	63,2	68,0
keine Angabe	0,9	0,6	1,1	1,3	0,4
Netflix					
(fast) jeden Tag	7,9	7,8	8,0	5,3	10,5
mehrmals pro Woche	20,0	21,3	18,5	16,0	23,9
etwa einmal pro Woche	11,9	11,0	12,9	12,9	11,0
seltener	10,8	10,9	10,8	8,3	13,3
nie	48,9	48,5	49,2	56,4	41,2
keine Angabe	0,5	0,5	0,5	1,0	0,0
Nickelodeon Play					
(fast) jeden Tag	0,3	0,4	0,2	0,4	0,3
mehrmals pro Woche	1,7	2,2	1,3	2,1	1,4
etwa einmal pro Woche	5,3	4,7	6,0	5,0	5,6
seltener	7,4	7,2	7,5	5,6	9,2
nie	83,3	84,0	82,6	84,8	81,8
keine Angabe	1,9	1,5	2,3	2,2	1,6
TOGGO					
(fast) jeden Tag	1,2	1,2	1,1	1,5	0,8
mehrmals pro Woche	8,8	9,6	8,0	10,5	7,2
etwa einmal pro Woche	16,8	17,5	16,1	18,6	15,0
seltener	17,3	16,6	18,1	18,3	16,4
nie	54,5	53,8	55,3	49,2	59,9
keine Angabe	1,4	1,3	1,4	1,9	0,8

Lesebeispiel

12,9% der 6- bis 13-Jährigen schauen mehrmals pro Woche Amazon Prime Video.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Mediatheken, Video- oder Streamingdienste Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Toggolino					
(fast) jeden Tag	0,6	0,4	0,8	0,8	0,3
mehrmals pro Woche	4,9	5,0	4,8	7,5	2,4
etwa einmal pro Woche	7,1	7,0	7,1	8,6	5,5
seltener	11,0	9,6	12,5	13,0	9,1
nie	75,4	76,7	74,0	68,7	82,1
keine Angabe	1,0	1,2	0,8	1,4	0,6
RTL+ (früher TVNOW)					
(fast) jeden Tag	0,3	0,3	0,4	0,1	0,6
mehrmals pro Woche	1,0	0,7	1,2	0,5	1,5
etwa einmal pro Woche	3,9	3,6	4,2	1,9	5,9
seltener	8,2	7,1	9,3	5,8	10,5
nie	84,6	86,5	82,6	89,3	79,9
keine Angabe	2,0	1,8	2,2	2,5	1,5
TikTok					
(fast) jeden Tag	10,6	9,6	11,7	2,4	18,9
mehrmals pro Woche	21,5	23,3	19,6	12,6	30,6
etwa einmal pro Woche	6,7	6,4	7,1	6,7	6,8
seltener	5,4	5,5	5,3	4,6	6,1
nie	54,8	54,2	55,4	72,7	36,8
keine Angabe	0,9	1,1	0,8	1,1	0,8
Twitch					
(fast) jeden Tag	0,4	0,7	0,1	0,1	0,7
mehrmals pro Woche	1,9	2,5	1,3	0,4	3,4
etwa einmal pro Woche	2,2	2,3	2,1	1,7	2,6
seltener	6,3	6,2	6,5	4,9	7,8
nie	87,2	86,7	87,8	90,7	83,7
keine Angabe	2,0	1,8	2,2	2,2	1,8
YouTube					
(fast) jeden Tag	9,6	9,5	9,7	4,3	14,8
mehrmals pro Woche	37,9	40,5	35,1	27,0	48,8
etwa einmal pro Woche	14,0	13,6	14,4	15,1	12,9
seltener	10,4	11,0	9,7	12,6	8,2
nie	26,8	24,2	29,6	39,0	14,6
keine Angabe	1,3	1,1	1,6	2,0	0,7
YouTube Kids					
(fast) jeden Tag	2,0	1,9	2,1	1,9	2,1
mehrmals pro Woche	15,3	15,5	15,1	18,4	12,3
etwa einmal pro Woche	11,6	11,0	12,2	11,8	11,4
seltener	12,6	13,0	12,2	11,0	14,1
nie	57,6	57,8	57,4	55,6	59,5
keine Angabe	0,9	0,8	1,0	1,3	0,5
ZDFtivi					
(fast) jeden Tag	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
mehrmals pro Woche	3,5	3,0	4,0	4,6	2,4
etwa einmal pro Woche	6,3	6,4	6,3	6,5	6,2
seltener	13,4	12,4	14,4	14,4	12,4
nie	74,1	75,7	72,5	72,3	76,0
keine Angabe	2,5	2,3	2,6	2,1	2,8

Lesebeispiel
4,9% der 6- bis 13-Jährigen schauen mehrmals pro Woche Toggolino.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Häufigkeit

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Musik					
(fast) jeden Tag	43,4	42,3	44,5	34,6	52,1
mehrmals pro Woche	35,6	35,9	35,2	39,6	31,6
etwa einmal pro Woche	8,1	8,6	7,6	9,5	6,8
seltener	6,3	6,6	5,9	8,6	3,9
nie	6,7	6,6	6,8	7,6	5,7
laufende Kinderradiosender (z.B. auf Toggo Radio, Radio Teddy) bzw. -programme (z. B. KiRaKa, Kakadu, Mikado)					
(fast) jeden Tag	4,5	4,1	4,8	4,6	4,3
mehrmals pro Woche	14,8	14,2	15,5	14,8	14,9
etwa einmal pro Woche	15,1	15,0	15,2	13,4	16,7
seltener	24,1	25,4	22,7	26,2	22,0
nie	41,2	40,9	41,6	40,7	41,8
Hörbücher					
(fast) jeden Tag	3,0	2,9	3,2	5,0	1,1
mehrmals pro Woche	23,6	22,4	24,9	23,5	23,7
etwa einmal pro Woche	15,9	15,5	16,3	18,1	13,7
seltener	23,1	20,6	25,8	24,3	22,0
nie	34,0	38,5	29,2	28,7	39,3
Hörspiele					
(fast) jeden Tag	6,3	6,1	6,4	10,0	2,5
mehrmals pro Woche	26,1	26,7	25,4	30,4	21,7
etwa einmal pro Woche	18,4	17,0	19,9	20,2	16,6
seltener	22,2	21,5	22,9	22,0	22,4
nie	26,9	28,5	25,1	17,1	36,6
Podcasts					
(fast) jeden Tag	0,4	0,4	0,5	0,2	0,7
mehrmals pro Woche	5,1	5,9	4,4	2,9	7,4
etwa einmal pro Woche	10,6	9,3	12,0	5,5	15,7
seltener	16,8	16,2	17,5	12,4	21,3
nie	64,3	65,8	62,8	74,4	54,2

Lesebeispiel

4,5% der 6- bis 13-Jährigen hören (fast) jeden Tag laufende Kinderradiosender (z.B. auf Toggo Radio, Radio Teddy) bzw. -programme (z. B. KiRaKa, Kakadu, Mikado).

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Nutzung von Geräten

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Nutzung von Geräten wie					
Alexa, Google Home					
(fast) jeden Tag	6,7	6,5	6,8	5,4	8,0
mehrmals pro Woche	11,1	11,6	10,5	8,0	14,1
etwa einmal pro Woche	4,9	4,8	5,0	4,2	5,7
seltener	8,8	7,0	10,6	7,5	10,0
nie	67,5	68,9	66,0	73,4	61,6
keine Angabe	1,1	1,1	1,0	1,5	0,6
Toniebox, V-Story oder tigerbox					
(fast) jeden Tag	5,4	4,9	5,9	8,9	1,9
mehrmals pro Woche	12,0	12,4	11,6	16,8	7,2
etwa einmal pro Woche	4,6	4,7	4,5	4,8	4,4
seltener	6,6	6,1	7,1	5,7	7,4
nie	70,6	70,8	70,5	63,0	78,3
keine Angabe	0,8	1,1	0,4	0,8	0,7

Lesebeispiel
6,7% der 6- bis 13-Jährigen hören (fast) jeden Tag mit
Geräten wie Alexa, Google Home.

Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen: Häufigkeit

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bücher					
(fast) jeden Tag	14,1	11,2	17,2	14,8	13,5
mehrmals pro Woche	49,8	46,4	53,3	49,6	49,9
etwa einmal pro Woche	16,6	17,6	15,4	16,8	16,4
seltener	14,0	17,0	10,9	13,3	14,8
nie	5,5	7,7	3,2	5,5	5,5
Zeitschriften, Magazine, Comics					
(fast) jeden Tag	4,9	5,0	4,7	4,0	5,8
mehrmals pro Woche	40,5	41,4	39,6	40,6	40,4
etwa einmal pro Woche	23,9	23,0	24,8	25,0	22,7
seltener	24,6	24,2	25,0	25,0	24,2
nie	6,2	6,4	5,9	5,5	6,9
Tageszeitungen					
(fast) jeden Tag	0,5	0,5	0,6	0,1	1,0
mehrmals pro Woche	3,2	2,8	3,6	0,9	5,5
etwa einmal pro Woche	6,7	6,4	6,9	2,0	11,4
seltener	21,3	19,7	23,0	12,2	30,4
nie	68,3	70,6	66,0	84,9	51,7

Lesebeispiel

14,1% der 6- bis 13-Jährigen lesen (fast) jeden Tag
Bücher.

Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen: Papier und elektronisch

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bücher					
auf Papier					
(fast) jeden Tag	13,1	10,1	16,3	13,8	12,4
mehrmals pro Woche	47,7	44,5	51,0	48,5	46,8
etwa einmal pro Woche	17,6	18,6	16,6	17,6	17,7
seltener	15,3	18,4	12,0	13,8	16,8
nie	5,6	7,8	3,3	5,7	5,6
keine Angabe	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7
auf Bildschirm					
(fast) jeden Tag	0,4	0,2	0,6	0,1	0,7
mehrmals pro Woche	3,0	2,4	3,6	1,8	4,2
etwa einmal pro Woche	5,8	4,8	6,8	3,2	8,3
seltener	17,7	16,9	18,7	12,0	23,5
nie	72,1	74,8	69,3	81,9	62,4
keine Angabe	1,0	0,9	1,1	1,0	0,9
Zeitschriften, Magazine, Comics					
auf Papier					
(fast) jeden Tag	4,3	4,2	4,4	3,5	5,2
mehrmals pro Woche	39,0	40,3	37,7	39,2	38,8
etwa einmal pro Woche	22,5	21,0	24,1	23,5	21,5
seltener	27,1	27,2	27,1	27,2	27,1
nie	6,4	6,5	6,3	5,6	7,2
keine Angabe	0,7	0,8	0,5	1,0	0,3
auf Bildschirm					
(fast) jeden Tag	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
mehrmals pro Woche	2,4	1,8	3,0	0,9	3,8
etwa einmal pro Woche	6,0	5,4	6,6	3,1	8,9
seltener	18,4	18,4	18,3	12,9	23,8
nie	72,2	73,1	71,2	81,4	63,0
keine Angabe	1,0	1,2	0,8	1,5	0,5
Tageszeitungen					
auf Papier					
(fast) jeden Tag	0,4	0,3	0,6	0,1	0,8
mehrmals pro Woche	2,8	2,5	3,1	0,8	4,9
etwa einmal pro Woche	5,7	5,6	5,9	1,7	9,8
seltener	21,0	19,6	22,4	11,4	30,5
nie	68,8	70,9	66,6	85,2	52,4
keine Angabe	1,2	1,0	1,5	0,8	1,7
auf Bildschirm					
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	0,2	0,2	0,3	0,1	0,3
etwa einmal pro Woche	1,3	0,7	1,9	0,2	2,3
seltener	7,9	7,2	8,6	2,2	13,6
nie	89,4	90,9	87,8	96,7	82,1
keine Angabe	1,3	1,1	1,5	0,9	1,7

Lesebeispiel
13,1% der 6- bis 13-Jährigen lesen (fast) jeden Tag
Bücher auf Papier.

Finanzielle Ausgaben

Ausgaben für Spielzeug und Bekleidung	Seite	65
Ausgaben für Schulsachen, Zeitschriften, Bücher und Ausflüge	Seite	66

Ausgaben für Spielzeug und Bekleidung

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ausgaben der Erziehungsberechtigten in den letzten 12 Monaten für das befragte Kind für klassisches Spielzeug					
1 bis unter 50 Euro	12,3	11,8	12,9	10,9	13,8
50 bis unter 100 Euro	18,6	17,8	19,4	13,6	23,6
100 bis unter 150 Euro	21,5	20,1	22,9	23,7	19,3
150 bis unter 200 Euro	13,9	15,0	12,7	19,1	8,7
200 bis unter 250 Euro	9,8	10,1	9,6	12,5	7,1
250 bis unter 300 Euro	3,3	3,8	2,8	4,0	2,6
300 Euro und mehr	5,3	6,3	4,3	8,1	2,6
0 Euro	9,9	9,9	9,8	4,0	15,8
keine Angabe	5,4	5,3	5,6	4,2	6,6
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	115	119	109	139	90

für elektronisches Spielzeug					
1 bis unter 50 Euro	9,9	9,3	10,6	12,2	7,7
50 bis unter 100 Euro	18,5	19,5	17,4	18,3	18,7
100 bis unter 150 Euro	12,6	12,5	12,8	10,7	14,5
150 bis unter 200 Euro	6,3	6,5	6,2	4,5	8,2
200 bis unter 250 Euro	6,2	6,8	5,5	4,9	7,4
250 bis unter 300 Euro	2,5	2,7	2,3	2,1	3,0
300 Euro und mehr	10,6	12,0	9,2	5,9	15,4
0 Euro	23,4	21,8	25,2	31,2	15,6
keine Angabe	9,9	9,0	10,7	10,2	9,5
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	115	122	108	81	148

für Bekleidung, Schuhe					
1 bis unter 50 Euro	1,0	1,1	1,0	1,5	0,6
50 bis unter 100 Euro	4,1	4,2	3,9	3,8	4,4
100 bis unter 150 Euro	8,5	7,6	9,5	10,8	6,3
150 bis unter 200 Euro	11,4	11,7	11,0	12,5	10,2
200 bis unter 250 Euro	15,2	16,3	14,1	15,4	15,0
250 bis unter 300 Euro	8,1	8,4	7,7	8,0	8,1
300 bis unter 400 Euro	19,5	19,8	19,1	19,9	19,1
400 bis unter 500 Euro	11,5	11,0	11,9	10,7	12,3
500 Euro und mehr	15,3	13,9	16,9	12,0	18,7
0 Euro	0,8	0,9	0,7	0,9	0,7
keine Angabe	4,6	5,0	4,2	4,7	4,5
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	306	296	316	285	327

Lesebeispiel

Die Ausgaben für Bekleidung oder Schuhe für das befragte 6-13 jährige Kind der Erziehungsberechtigten, die eine Angabe zum ausgegebenen Geld für Bekleidung oder Schuhe gemacht haben, betrugen in den letzten 12 Monaten im Durchschnitt 306 Euro.

Ausgaben für Schulsachen, Zeitschriften und Bücher

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ausgaben der Erziehungsberechtigten in den letzten 12 Monaten für das befragte Kind für Schulsachen					
1 bis unter 50 Euro	10,2	11,1	9,3	10,0	10,4
50 bis unter 100 Euro	25,0	25,0	24,9	24,5	25,4
100 bis unter 150 Euro	24,1	23,6	24,5	23,6	24,5
150 bis unter 200 Euro	10,6	9,7	11,6	10,8	10,4
200 bis unter 250 Euro	9,5	9,3	9,8	7,9	11,2
250 bis unter 300 Euro	3,2	3,7	2,7	3,6	2,8
300 Euro und mehr	5,9	5,6	6,1	5,4	6,4
0 Euro	5,1	5,1	5,0	7,8	2,4
keine Angabe	6,4	6,9	6,0	6,4	6,5

Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	117	117	118	113	122
für Zeitschriften					
1 bis unter 50 Euro	49,7	48,7	50,8	57,8	41,6
50 bis unter 100 Euro	23,0	21,6	24,5	19,6	26,4
100 bis unter 150 Euro	5,8	6,9	4,8	5,5	6,2
150 bis unter 200 Euro	1,4	1,4	1,3	1,2	1,5
200 bis unter 250 Euro	0,5	0,8	0,2	0,5	0,5
250 bis unter 300 Euro	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
300 Euro und mehr	0,2	0,3	0,0	0,0	0,3
0 Euro	10,8	12,0	9,6	8,2	13,5
keine Angabe	8,5	8,2	8,8	6,9	10,0
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	40	41	39	39	41

für Bücher					
1 bis unter 50 Euro	36,9	38,9	34,7	41,9	31,9
50 bis unter 100 Euro	30,3	29,0	31,6	29,3	31,2
100 bis unter 150 Euro	13,0	11,8	14,3	11,3	14,7
150 bis unter 200 Euro	1,9	2,2	1,6	2,3	1,5
200 bis unter 250 Euro	1,4	1,1	1,7	1,2	1,6
250 bis unter 300 Euro	0,3	0,3	0,2	0,0	0,5
300 Euro und mehr	0,5	0,4	0,5	0,1	0,8
0 Euro	9,5	p	9,0	8,3	10,7
keine Angabe	6,3	6,3	6,3	5,6	7,1
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	54	51	56	51	57

für Ausflüge					
1 bis unter 50 Euro	31,3	32,8	29,8	32,5	30,2
50 bis unter 100 Euro	19,8	18,9	20,8	18,5	21,1
100 bis unter 150 Euro	10,9	10,5	11,2	9,9	11,9
150 bis unter 200 Euro	3,2	3,0	3,5	3,3	3,2
200 bis unter 250 Euro	2,6	2,5	2,8	2,1	3,2
250 bis unter 300 Euro	0,7	0,9	0,5	0,9	0,5
300 Euro und mehr	1,7	1,6	1,8	1,2	2,1
0 Euro	21,6	21,8	21,4	22,9	20,4
keine Angabe	8,0	8,0	8,1	8,7	7,4
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	55	53	59	53	58

Lesebeispiel

Die Ausgaben für Bücher für das befragte 6-13 jährige Kind der Erziehungsberechtigten, die eine Angabe zum ausgegebenen Geld für Bücher gemacht haben, betrugen in den letzten 12 Monaten im Durchschnitt 54 Euro.

Sonderthemen

Gaming	Seite 68
Gaming - Spiele per Konsole, über Computer, Tablet oder Smartphone	Seite 69
Gaming - Videospiele und Zocken	Seite 70
Werbung	Seite 71
Werbung - allgemein	Seite 72
Werbung - Apps auf PC, Smartphone, Tablet	Seite 73
Werbung - Zeitschriften, Magazine, Comics	Seite 74
Nachhaltigkeit	Seite 75
Engagement für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierschutz des Kindes Teil 1/2	Seite 76
Engagement für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierschutz des Kindes Teil 2/2	Seite 77
Corona	Seite 78
Sehnsucht nach ... Teil 1/2	Seite 79
Sehnsucht nach ... Teil 2/2	Seite 80

Sonderthema: Gaming

Gaming - Spiele per Konsole, über Computer, Tablet oder Seite 69

Smartphone

Gaming - Videospiele und Zocken Seite 70

Spiele per Konsole, über Computer, Tablet oder Smartphone

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gaming - Spiele per Konsole, über Computer, Tablet oder Smartphone					
Minecraft	25,1	35,7	14,0	12,7	37,6
Fortnite	14,8	22,3	6,9	5,5	24,1
Roblox	9,8	10,6	9,0	4,4	15,3
Super Mario Spiele	40,6	47,2	33,7	35,7	45,6
Animal Crossing	22,0	18,6	25,6	19,7	24,3
Brawl Stars	6,9	8,3	5,5	3,2	10,7
Pokémon Spiele	18,8	23,1	14,2	21,6	15,9
LEGO Spiele	23,6	33,5	13,2	25,4	21,8
Barbie Spiele	11,4	0,4	23,1	17,4	5,5
Just Dance Spiele	11,2	2,1	20,9	7,5	14,9
TOGGO Spiele	16,4	16,5	16,4	19,3	13,6
Toggolino Spiele	8,5	7,7	9,4	11,3	5,8
KiKA Spiele	19,0	20,1	17,7	28,3	9,6
Nickelodeon Spiele	5,4	6,7	4,0	3,9	6,9
MovieStarPlanet	5,3	6,2	4,4	1,9	8,7
Star Stable	3,9	4,3	3,4	1,7	6,0
Andere	22,7	24,6	20,6	17,3	28,0
keine Angabe	2,7	1,8	3,6	3,4	2,0

Lesebeispiel
25,1% der 6- bis 13-Jährigen spielen in Ihrer Freizeit
'Minecraft'.

Videospiele und Zocken

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Online mit anderen oder gegen andere Spielerinnen spielen					
ja	26,2	32,1	20,1	11,8	40,7
nein	65,2	61,4	69,1	74,8	55,5
keine Angabe	0,3	0,4	0,2	0,3	0,3
Mit Freundinnen oder anderen Spielern übers Headset sprechen.					
ja	20,1	25,5	14,4	7,0	33,3
nein	71,1	67,9	74,4	79,3	62,8
keine Angabe	0,5	0,4	0,6	0,6	0,4
Über den Chat im Spiel mit anderen Spielerinnen schreiben.					
ja	17,8	21,9	13,4	4,0	31,6
nein	73,5	71,4	75,7	82,6	64,4
keine Angabe	0,4	0,5	0,3	0,3	0,4
Im Spiel für Geld zusätzliche Sachen kaufen oder freischalten, wie z.B. Anzihsachen, Fähigkeiten, neue Level.					
ja	9,7	13,3	5,9	3,7	15,7
nein	81,6	80,1	83,2	82,8	80,5
keine Angabe	0,3	0,4	0,2	0,4	0,3
E-Sport-Turniere oder Ligaspiele verfolgen, also Wettbewerbe bei denen Einzelne oder Teams gegeneinander spielen.					
ja	6,5	8,8	4,1	1,7	11,3
nein	84,5	84,2	84,7	83,9	85,1
keine Angabe	0,7	0,9	0,6	1,4	0,1
Let's Plays anschauen, also Videos in denen andere Spielerinnen zeigen wie sie spielen.					
ja	17,5	21,9	12,8	9,1	25,9
nein	73,6	71,1	76,2	77,1	70,1
keine Angabe	0,6	0,8	0,4	0,8	0,5
Im Livestream zuschauen, wie andere Spielerinnen spielen.					
ja	11,5	15,0	7,7	4,0	19,0
nein	78,9	77,6	80,4	82,0	75,9
keine Angabe	1,3	1,2	1,3	1,0	1,6
Videospiele zusammen mit meinen Eltern spielen.					
ja	43,2	44,2	42,1	41,3	45,1
nein	47,9	49,1	46,7	45,3	50,6
keine Angabe	0,5	0,5	0,6	0,3	0,7
Zeitschriften oder Bücher über Spiele bzw. zum Thema Spiele lesen.					
ja	16,9	20,0	13,6	11,5	22,3
nein	74,3	73,2	75,4	74,7	73,8
keine Angabe	0,5	0,7	0,4	0,7	0,3
Virtuelle Konzerte in einem Spiel besuchen, wie z.B. Ariana Grande in Fortnite.					
ja	5,5	5,7	5,2	2,2	8,8
nein	85,1	86,6	83,6	83,6	86,7
keine Angabe	1,1	1,5	0,6	1,1	1,0

Lesebeispiel
26,2% der 6- bis 13-Jährigen spielen in Ihrer Freizeit 'Online mit anderen oder gegen andere Spielerinnen spielen'.

Sonderthema: Werbung

Werbung - allgemein	Seite 72
Werbung - Apps auf PC, Smartphone, Tablet	Seite 73
Werbung - Zeitschriften, Magazine, Comics	Seite 74

Werbung - allgemein

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kinder- und Jugend-Zeitschriften					
sehr gut	16,0	16,2	15,8	15,8	16,1
gut	51,8	50,0	53,7	53,9	49,7
nicht so gut	14,5	13,5	15,6	11,9	17,2
gar nicht gut	9,2	9,9	8,4	8,0	10,3
keine Angabe	1,6	2,1	1,0	1,8	1,3
Werbung dort kennt Kind nicht	7,0	8,4	5,5	8,5	5,4
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste					
sehr gut	11,3	8,8	13,9	10,9	11,7
gut	53,6	55,7	51,4	54,8	52,4
nicht so gut	18,9	18,7	19,2	16,8	21,1
gar nicht gut	11,6	12,2	10,9	11,4	11,8
keine Angabe	0,7	0,3	1,0	0,8	0,5
Werbung dort kennt Kind nicht	3,9	4,4	3,5	5,4	2,5
soziale Netzwerke					
sehr gut	4,9	4,3	5,4	3,1	6,6
gut	25,3	25,4	25,2	14,3	36,3
nicht so gut	16,4	17,0	15,9	8,4	24,5
gar nicht gut	13,6	12,7	14,6	11,6	15,7
keine Angabe	2,0	1,6	2,4	2,1	1,8
Werbung dort kennt Kind nicht	37,8	38,9	36,6	60,5	15,1
YouTube					
sehr gut	7,6	8,4	6,8	5,1	10,1
gut	33,3	34,3	32,2	27,4	39,1
nicht so gut	23,6	22,2	25,2	22,5	24,7
gar nicht gut	14,8	15,2	14,4	13,5	16,0
keine Angabe	3,0	2,9	3,2	4,1	1,9
Werbung dort kennt Kind nicht	17,7	17,1	18,3	27,3	8,1
Hörmedien wie Radio und Podcasts					
sehr gut	3,5	4,0	2,9	3,1	3,9
gut	28,7	29,9	27,4	28,1	29,2
nicht so gut	26,4	23,9	29,1	25,0	27,8
gar nicht gut	18,8	19,3	18,3	16,8	20,8
keine Angabe	3,6	3,7	3,5	2,7	4,5
Werbung dort kennt Kind nicht	19,0	19,3	18,8	24,4	13,7

Lesebeispiel
16,0% der 6- bis 13-Jährigen finden Werbung sehr gut in
'Kinder- und Jugend-Zeitschriften'.

Werbung - Apps auf PC, Smartphone, Tablet

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Youtube					
gut	37,7	39,5	35,7	32,1	43,3
nicht gut	38,9	38,0	39,8	33,4	44,4
keine Angabe	5,7	5,4	6,2	7,3	4,2
Kind kennt Dienst nicht	7,9	7,3	8,5	14,1	1,7
Werbung dort kennt Kind nicht	9,8	9,8	9,8	13,2	6,4
Spotify					
gut	10,2	9,5	10,9	2,9	17,4
nicht gut	17,4	17,8	17,0	8,2	26,7
keine Angabe	3,8	3,6	4,0	2,4	5,2
Kind kennt Dienst nicht	35,7	36,4	35,0	53,0	18,4
Werbung dort kennt Kind nicht	32,9	32,7	33,1	33,5	32,3
Instagram					
gut	12,7	11,2	14,4	3,1	22,4
nicht gut	14,6	16,0	13,0	5,3	23,8
keine Angabe	5,4	5,3	5,5	4,6	6,2
Kind kennt Dienst nicht	30,9	31,8	29,9	47,0	14,7
Werbung dort kennt Kind nicht	36,4	35,6	37,2	39,9	32,9
Snapchat					
gut	10,5	9,8	11,2	3,9	17,1
nicht gut	15,1	15,2	14,9	6,7	23,5
keine Angabe	6,4	5,9	7,0	5,3	7,6
Kind kennt Dienst nicht	34,1	34,9	33,3	54,4	13,8
Werbung dort kennt Kind nicht	33,9	34,2	33,6	29,8	38,0
Facebook					
gut	10,6	10,2	11,0	2,4	18,7
nicht gut	16,9	17,2	16,5	7,7	26,1
keine Angabe	6,8	6,7	7,0	5,9	7,7
Kind kennt Dienst nicht	25,1	25,9	24,1	37,8	12,3
Werbung dort kennt Kind nicht	40,7	40,0	41,4	46,2	35,2
TikTok					
gut	26,1	25,9	26,2	16,7	35,5
nicht gut	21,1	21,6	20,6	10,9	31,4
keine Angabe	5,5	5,9	5,2	6,1	5,0
Kind kennt Dienst nicht	17,9	18,7	17,0	28,1	7,6
Werbung dort kennt Kind nicht	29,4	27,8	31,0	38,2	20,5

Lesebeispiel
37,7% der 6- bis 13-Jährigen finden Werbung auf der App 'Youtube' gut.

Werbung - Zeitschriften, Magazine, Comics

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Über Sachen aus der Werbung in Zeitschriften rede ich mit meinen Freunden.					
ja, trifft zu	63,5	62,7	64,3	62,1	64,9
nein, trifft nicht zu	29,1	28,6	29,6	29,0	29,2
keine Angabe	0,4	0,3	0,6	0,4	0,5
Ich kann meinen Eltern mit Hilfe der Werbung in Zeitschriften leicht erklären, warum ich die Sache haben will.					
ja, trifft zu	67,2	64,9	69,7	67,9	66,6
nein, trifft nicht zu	24,9	25,7	23,9	21,8	27,9
keine Angabe	0,9	1,0	0,9	1,8	0,1
Durch die Werbung in Zeitschriften erfahre ich, was es alles Neues gibt.					
ja, trifft zu	70,0	67,4	72,9	71,5	68,6
nein, trifft nicht zu	19,9	20,7	19,2	17,6	22,3
keine Angabe	3,1	3,6	2,5	2,4	3,7
Werbung in Zeitschriften schaue ich mir gerne an.					
ja, trifft zu	61,0	61,7	60,2	63,8	58,1
nein, trifft nicht zu	29,2	27,7	30,7	25,1	33,3
keine Angabe	2,9	2,2	3,7	2,6	3,2
Ich habe schon häufiger im Internet nach Sachen gesucht, die ich vorher in der Werbung in Zeitschriften gesehen habe.					
ja, trifft zu	43,7	45,7	41,6	30,8	56,5
nein, trifft nicht zu	48,4	44,8	52,3	58,9	37,9
keine Angabe	0,9	1,2	0,7	1,7	0,1
Ich habe mir schon häufiger in Geschäften Sachen angeschaut, die ich vorher in der Werbung in Zeitschriften gesehen habe.					
ja, trifft zu	59,9	58,5	61,4	56,5	63,3
nein, trifft nicht zu	30,8	30,9	30,7	31,6	29,9
keine Angabe	2,3	2,3	2,4	3,3	1,3

Lesebeispiel

Für 63,5% der 6- bis 13-Jährigen trifft das Statement 'Über Sachen aus der Werbung in Zeitschriften rede ich mit meinen Freunden.' zu.

Sonderthema: Nachhaltigkeit

Engagement für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierschutz des Seite 76

Kindes Teil 1/2

Engagement für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierschutz des Seite 77

Kindes Teil 2/2

Engagement für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierschutz

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Engagement für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierschutz des Kindes					
Wir kaufen/ verwenden zuhause Bio-Produkte.					
trifft zu	50,7	46,1	55,5	45,8	55,5
trifft nicht zu	27,4	30,1	24,5	27,2	27,6
weiß nicht	20,8	22,3	19,3	25,8	15,9
keine Angabe	1,1	1,5	0,8	1,3	1,0
Ich versuche Plastik zu vermeiden.					
trifft zu	64,2	59,8	69,0	59,4	69,1
trifft nicht zu	23,3	25,8	20,7	23,6	23,1
weiß nicht	9,8	11,6	7,9	13,1	6,5
keine Angabe	2,6	2,8	2,4	3,9	1,4
Ich finde Produkte mit umweltfreundlicher Verpackung besser (z.B. Joghurt im Glas).					
trifft zu	67,8	65,2	70,6	64,2	71,4
trifft nicht zu	16,2	16,9	15,6	15,6	16,9
weiß nicht	13,1	15,0	11,0	16,9	9,2
keine Angabe	2,9	2,9	2,8	3,2	2,5
Ich werfe Glasflaschen in den Recyclingcontainer.					
trifft zu	79,6	76,7	82,6	75,8	83,3
trifft nicht zu	15,0	16,0	13,9	16,8	13,2
weiß nicht	3,5	4,4	2,5	4,8	2,1
keine Angabe	2,0	2,9	1,1	2,6	1,4
Ich trenne den Müll richtig (nach Pappe, gelbem Müll, Restmüll).					
trifft zu	87,7	85,5	89,9	85,1	90,2
trifft nicht zu	8,0	9,4	6,6	8,9	7,2
weiß nicht	2,9	3,7	2,1	4,3	1,6
keine Angabe	1,4	1,4	1,3	1,7	1,0
Ich schaue bei unseren Lebensmitteln zuhause, ob sie BIO sind.					
trifft zu	27,4	23,0	32,0	21,0	33,8
trifft nicht zu	62,7	67,1	58,0	66,4	59,0
weiß nicht	8,3	7,8	8,8	10,5	6,0
keine Angabe	1,6	2,1	1,1	2,1	1,2
Ich versuche weniger Fleisch zu essen.					
trifft zu	24,1	19,3	29,3	18,2	30,1
trifft nicht zu	68,9	71,8	65,8	73,7	64,1
weiß nicht	3,7	4,8	2,5	4,6	2,8
keine Angabe	3,3	4,1	2,4	3,5	3,0

Lesebeispiel

50,7% der 6- bis 13-Jährigen stimmen der Aussage 'Wir kaufen/ verwenden zuhause Bio-Produkte.' zu.

Engagement für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierschutz

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Engagement für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierschutz des Kindes					
Ich ernähre mich vegetarisch oder vegan.					
trifft zu	5,8	5,2	6,4	2,8	8,8
trifft nicht zu	86,6	86,6	86,5	86,9	86,3
weiß nicht	6,5	6,8	6,2	8,9	4,1
keine Angabe	1,2	1,4	1,0	1,5	0,9
Ich fahre so viele Wege wie möglich mit dem Fahrrad oder gehe zu Fuß.					
trifft zu	67,4	67,4	67,5	67,6	67,3
trifft nicht zu	28,6	29,0	28,1	27,7	29,5
weiß nicht	2,6	2,3	2,9	3,7	1,5
keine Angabe	1,4	1,3	1,5	1,1	1,8
Beim Zähne putzen drehe ich den Wasserhahn zu.					
trifft zu	71,8	69,4	74,3	69,8	73,8
trifft nicht zu	25,5	28,2	22,5	26,7	24,2
weiß nicht	1,7	0,9	2,5	2,5	0,9
keine Angabe	1,1	1,5	0,6	1,0	1,1
Wenn ich aus dem Zimmer gehe, schalte ich das Licht aus.					
trifft zu	71,7	70,6	72,9	66,5	77,0
trifft nicht zu	25,6	26,4	24,7	30,4	20,7
weiß nicht	1,8	1,8	1,9	2,0	1,7
keine Angabe	0,9	1,2	0,5	1,1	0,6
Wir reden in der Familie über Umweltschutz.					
trifft zu	63,1	59,0	67,5	61,4	64,8
trifft nicht zu	30,7	34,2	27,0	31,0	30,4
weiß nicht	5,0	6,2	3,7	5,7	4,2
keine Angabe	1,2	0,7	1,8	1,8	0,6
Ich mache mir Sorgen wegen des Klimawandels.					
trifft zu	56,1	54,2	58,1	46,6	65,6
trifft nicht zu	24,1	25,3	22,8	24,9	23,3
weiß nicht	16,8	17,4	16,3	25,2	8,5
keine Angabe	3,0	3,2	2,8	3,4	2,6

Lesebeispiel

5,8% der 6- bis 13-Jährigen stimmen der Aussage 'Ich ernähre mich vegetarisch oder vegan.' zu.

Sonderthema: Corona

Sehnsucht nach ... Teil 1/2

Seite 79

Sehnsucht nach ... Teil 2/2

Seite 80

Corona: Sehnsucht nach ... Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ins Kino gehen					
sehr vermisst	24,7	25,4	23,9	17,5	31,8
etwas vermisst	47,2	46,5	47,9	45,8	48,6
nicht vermisst	27,8	27,3	28,3	36,0	19,5
keine Angabe	0,4	0,8	0,0	0,7	0,1
in den Freizeitpark (z.B. Legoland, Europapark, Heidepark) gehen					
sehr vermisst	28,3	28,2	28,3	29,6	27,0
etwas vermisst	48,5	49,3	47,7	47,3	49,8
nicht vermisst	23,1	22,2	24,1	23,0	23,2
keine Angabe	0,1	0,3	0,0	0,1	0,1
Shows, Konzerte oder Musical besuchen					
sehr vermisst	16,1	13,7	18,5	14,1	18,0
etwas vermisst	26,7	24,5	29,2	24,5	29,0
nicht vermisst	56,2	61,0	51,2	60,4	52,1
keine Angabe	0,9	0,8	1,1	1,0	0,8
Mit Freund:innen treffen und gemeinsam spielen					
sehr vermisst	79,3	78,7	79,9	78,2	80,4
etwas vermisst	17,2	17,2	17,2	17,8	16,7
nicht vermisst	3,0	3,6	2,3	3,8	2,2
keine Angabe	0,5	0,5	0,5	0,2	0,7
Verreisen					
sehr vermisst	52,4	55,5	49,1	48,8	56,0
etwas vermisst	32,1	29,0	35,3	33,4	30,7
nicht vermisst	15,2	15,0	15,5	17,5	13,0
keine Angabe	0,3	0,5	0,1	0,3	0,3

Lesebeispiel

In der Corona-Zeit haben 24,7% der 6- bis 13-Jährigen 'ins Kino gehen' sehr vermisst.

Corona: Sehnsucht nach ... Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 6 bis 13 Jahre	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Fallzahlen-Basis	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Meinen Geburtstag/ Feste feiern mit meinen Freund:innen					
sehr vermisst	72,8	71,8	73,8	71,6	74,0
etwas vermisst	19,3	18,6	20,1	21,6	17,1
nicht vermisst	6,2	7,8	4,5	5,8	6,6
keine Angabe	1,6	1,7	1,5	1,0	2,3
Sport in meinem Verein/ Club					
sehr vermisst	46,3	51,2	41,1	42,0	50,5
etwas vermisst	26,6	21,2	32,2	26,1	27,0
nicht vermisst	25,9	26,2	25,6	31,2	20,6
keine Angabe	1,3	1,4	1,1	0,7	1,8
ins Schwimmbad/ Freibad gehen					
sehr vermisst	55,9	58,5	53,1	55,0	56,8
etwas vermisst	34,1	31,4	36,9	32,9	35,3
nicht vermisst	9,6	9,7	9,6	11,8	7,5
keine Angabe	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4
Shoppen/ in der Stadt bummeln					
sehr vermisst	33,2	27,3	39,5	23,4	43,0
etwas vermisst	40,4	39,7	41,0	42,8	37,9
nicht vermisst	25,6	31,8	18,9	33,1	18,0
keine Angabe	0,9	1,2	0,6	0,8	1,0
Auf die Kirmes/ zu Stadtfesten gehen					
sehr vermisst	28,6	28,3	28,9	27,4	29,8
etwas vermisst	46,4	43,8	49,2	45,8	47,1
nicht vermisst	23,6	26,3	20,8	25,9	21,3
keine Angabe	1,4	1,7	1,1	0,9	1,9

Lesebeispiel

In der Corona-Zeit haben 72,8% der 6- bis 13-Jährigen 'Meinen Geburtstag/ Feste feiern mit meinen Freund:innen' sehr vermisst.

Ergebnisse der 4- bis 5-Jährigen

Medien	Seite	82
Umgang mit Zeitschriften	Seite	82
Lesegründe	Seite	83
Medienakzeptanz	Seite	84
 Besitz, Mitbenutzung und Besitzwunsch	Seite	86
Besitz	Seite	86
Mitbenutzung	Seite	87
Besitzwunsch	Seite	88
 Freiräume und Markenwünsche	Seite	89
Rechte des Kindes	Seite	89
Markenbewusstsein und Erfüllung des Markenwunsches	Seite	90
Genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten	Seite	91
 Freizeit und Medieninteressen	Seite	93
Freizeitaktivitäten	Seite	93
Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen	Seite	98
Freizeitgestaltung mit Medien - Hören	Seite	101
Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen	Seite	103
 Finanzielle Ausgaben	Seite	105
Ausgaben für Spielzeug und Bekleidung	Seite	105
Ausgaben für Zeitschriften, Bücher und Ausflüge	Seite	106
 Sonderthemen	Seite	107
Gaming	Seite	108
Corona	Seite	109

Umgang mit Zeitschriften

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Ich lese/ blättere die Zeitschriften meist vollständig durch.:			
trifft zu	59,3	59,2	59,3
trifft teilweise zu	23,3	25,1	21,4
trifft nicht zu	13,3	11,7	14,9
keine Angabe	4,2	4,0	4,4
Ich lese/ blättere in den Zeitschriften immer mal wieder.:			
trifft zu	57,1	56,4	57,8
trifft teilweise zu	29,3	29,8	28,8
trifft nicht zu	12,3	12,3	12,3
keine Angabe	1,3	1,5	1,1
Ich lese/ blättere in den Zeitschriften zusammen mit Anderen.:			
trifft zu	31,1	30,9	31,3
trifft teilweise zu	50,6	51,6	49,4
trifft nicht zu	17,4	16,3	18,6
keine Angabe	0,9	1,2	0,7
Ich sammle die Zeitschriften, bewahre sie auf.:			
trifft zu	34,9	33,2	36,7
trifft teilweise zu	40,3	43,0	37,5
trifft nicht zu	23,9	22,4	25,4
keine Angabe	0,9	1,4	0,4
Ich gebe die Zeitschriften an Andere weiter.:			
trifft zu	14,5	11,8	17,5
trifft teilweise zu	32,9	34,0	31,7
trifft nicht zu	51,2	52,2	50,2
keine Angabe	1,3	1,9	0,7
Wenn ich Zeitschriften lese, höre oder schaue ich nebenbei keine anderen Sachen.:			
trifft zu	38,2	38,3	38,2
trifft teilweise zu	40,8	41,3	40,2
trifft nicht zu	17,2	18,5	15,9
keine Angabe	3,8	2,0	5,8

Lesebeispiel

57,1% der Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen glauben, ihr Kind liest oder blättert in den Zeitschriften immer mal wieder.

Lesegründe

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Ich habe das Gefühl, dass ich von Zeitschriften oft etwas Interessantes lerne.:				
trifft zu	54,4	52,4	56,5	
trifft teilweise zu	33,5	36,3	30,5	
trifft nicht zu	8,7	8,7	8,7	
keine Angabe	3,4	2,6	4,3	
Ich mache bei Rätseln und Gewinnspielen von Zeitschriften mit.:				
trifft zu	18,7	17,7	19,9	
trifft teilweise zu	22,5	22,6	22,4	
trifft nicht zu	55,7	56,4	55,0	
keine Angabe	3,0	3,3	2,8	
Mich begeistern die Figuren, Helden und Geschichten in Zeitschriften.:				
trifft zu	66,4	68,3	64,4	
trifft teilweise zu	23,1	22,2	24,0	
trifft nicht zu	8,0	7,6	8,5	
keine Angabe	2,5	1,9	3,1	

Lesebeispiel

54,4% der Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen haben das Gefühl, dass ihr Kind liest oder blättert in den Zeitschriften, weil es etwas in Zeitschriften lernen kann.

Medienakzeptanz - Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Aussage trifft zu auf ...			
Kinder- und Jugend-Zeitschriften			
Mein Kind kann etwas lernen.	78,5	76,6	80,6
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	64,2	67,5	60,7
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	77,0	77,0	77,0
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	80,5	79,7	81,3
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	80,3	80,6	80,1
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	88,7	85,3	92,2
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	52,4	53,1	51,7
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	58,5	57,3	59,8
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	70,2	72,4	67,8
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	64,7	67,5	61,6
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	68,2	67,8	68,6
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste			
Mein Kind kann etwas lernen.	57,3	56,2	58,5
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	43,2	43,1	43,3
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	54,9	53,9	56,0
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	72,1	71,2	73,0
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	38,8	38,2	39,4
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	38,7	38,8	38,7
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	56,3	51,7	61,3
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	51,4	51,6	51,3
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	59,0	61,5	56,4
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	45,0	45,2	44,8
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	53,7	53,7	53,7
soziale Netzwerke			
Mein Kind kann etwas lernen.	2,9	3,2	2,7
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	2,6	3,2	2,0
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	4,2	5,0	3,3
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	5,3	5,3	5,3
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	3,1	3,6	2,5
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	2,6	2,0	3,2
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	4,7	4,2	5,3
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	3,5	3,4	3,6
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	4,6	5,2	3,9
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	2,0	2,8	1,2
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	2,5	2,2	2,8

Lesebeispiel

78,5% 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	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Aussage trifft zu auf ...				
YouTube				
Mein Kind kann etwas lernen.	21,6	20,5	22,8	
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	14,7	14,9	14,4	
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	17,3	17,6	17,0	
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	30,8	28,7	33,0	
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	16,1	15,8	16,4	
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	23,8	21,5	26,2	
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	17,8	20,4	15,1	
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	18,4	17,8	18,9	
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	22,7	23,4	22,0	
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	16,2	18,2	14,2	
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	21,0	20,0	22,1	
Hörmedien wie Radio und Podcasts				
Mein Kind kann etwas lernen.	38,8	35,7	42,1	
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	26,2	24,7	27,8	
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	34,6	32,7	36,5	
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	39,7	35,9	43,6	
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	27,5	25,1	30,1	
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	34,4	35,5	33,3	
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	22,8	20,6	25,2	
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	32,5	33,8	31,1	
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	36,5	34,5	38,7	
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	33,9	32,7	35,1	
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	32,0	31,5	32,4	
keins dieser Medien *				
Mein Kind kann etwas lernen.	5,5	5,7	5,3	
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	14,3	14,4	14,3	
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	4,2	3,4	5,0	
Mein Kind hat Spaß und Freude daran.	0,6	0,7	0,6	
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	6,7	5,7	7,7	
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	1,5	1,9	1,2	
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	15,2	15,2	15,2	
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	12,1	11,1	13,0	
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	3,4	2,5	4,3	
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	10,4	7,8	13,0	
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	7,2	6,9	7,6	

Lesebeispiel

38,8% der Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind durch Hörmedien wie Radio und Podcasts etwas lernen kann.

Besitz

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Kind besitzt...				
Fernseher	4,0	4,7	3,3	
Computer, Laptop	0,2	0,3	0,0	
Tablet (z.B. iPad)	4,1	3,4	4,8	
Spielekonsole (z.B. Playstation, Wii, Xbox)	2,1	1,5	2,8	
tragbare Konsole (z.B. Nintendo Switch)	10,7	10,2	11,3	
Spiele/ Games für tragbare Konsole/ Spielekonsole am Fernseher	10,7	10,8	10,6	
Smartphone	1,2	1,4	0,9	
Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich)	88,7	94,4	82,6	
Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	34,4	42,5	25,9	
Puzzle	92,9	91,6	94,3	
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich)	87,9	89,6	86,0	
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	49,3	80,9	16,0	
Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen	54,2	14,9	95,5	
Gesellschafts-/ Kartenspiele	78,2	75,6	81,0	
Geräte wie Alexa oder Google Home (Smartspeaker/ Sprachassistenten)/ Toniebox & Tonies	21,8	23,0	20,6	

Lesebeispiel
4,0% der 4- bis 5-Jährigen besitzen einen Fernseher.

Mitbenutzung

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Kind kann im Haushalt ... mitnutzen			
Fernseher	90,7	88,9	92,5
Computer, Laptop	34,3	35,7	32,9
Tablet (z.B. iPad)	34,6	36,5	32,6
Spielekonsole (z.B. Playstation, Wii, Xbox)	18,6	19,7	17,4
tragbare Konsole (z.B. Nintendo Switch)	17,8	15,4	20,4
Spiele/ Games für tragbare Konsole/ Spielekonsole am Fernseher	20,0	18,3	21,8
Smartphone	35,0	35,0	35,0
Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich)	20,5	17,0	24,1
Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	12,3	12,1	12,6
Puzzle	21,4	18,6	24,3
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich)	14,6	11,4	18,0
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	15,8	13,1	18,6
Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen	11,2	9,7	12,8
Gesellschafts-/ Kartenspiele	38,1	34,2	42,3
Geräte wie Alexa oder Google Home (Smartspeaker/ Sprachassis- tenten)/ Toniebox & Tonies	17,2	17,5	16,8

Lesebeispiel
90,7% der 4- bis 5-Jährigen können einen Fernseher mitnutzen.

Besitzwunsch

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Kind wünscht sich...				
Fernseher	8,2	7,0	9,4	
Computer, Laptop	5,4	4,8	6,1	
Tablet (z.B. iPad)	11,8	12,2	11,4	
Spielekonsole (z.B. Playstation, Wii, Xbox)	15,4	16,6	14,1	
tragbare Konsole (z.B. Nintendo Switch)	22,9	23,6	22,3	
Spiele/ Games für tragbare Konsole/ Spielekonsole am Fernseher	23,9	23,2	24,5	
Smartphone	16,3	17,7	14,8	
Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich)	37,7	38,0	37,4	
Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	20,6	26,5	14,3	
Puzzle	31,4	30,6	32,2	
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich)	34,2	31,5	37,1	
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	21,9	36,3	6,9	
Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen	27,3	6,7	48,9	
Gesellschafts-/ Kartenspiele	36,0	29,6	42,6	
Geräte wie Alexa oder Google Home (Smartspeaker/ Sprachassistenten)/ Toniebox & Tonies	17,7	12,8	22,9	

Lesebeispiel
8,2% der 4- bis 5-Jährigen wünschen sich einen
Fernseher.

Rechte des Kindes

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Kind darf... *				
mitbestimmen, was die Familie gemeinsam unternimmt	71,2	71,3	71,1	
bei Lebensmitteleinkäufen für den Haushalt mitentscheiden	65,1	62,7	67,6	
sich so kleiden/ stylen, wie es ihm gefällt	36,7	37,0	36,3	
sein Taschengeld in vollem Umfang selbständig ausgeben	33,8	34,7	32,9	
selbst bestimmen, wie sein Zimmer eingerichtet ist	33,5	35,0	31,9	
selbst bestimmen, welche Bücher/ Zeitschriften es liest	33,2	34,6	31,6	
die Urlaubsaktivität mitbestimmen	31,1	33,1	29,0	
selbst bestimmen, welche Fernsehsendungen es sieht	11,7	11,9	11,4	
beim Kauf von Unterhaltungselektronik/ Computern Einfluss nehmen	7,7	8,2	7,2	
selbst bestimmen, welche Apps auf dem Smartphone/ Tablet es nutzt	5,6	7,2	4,0	

* Absteigend sortiert nach Werten der Altersklasse 4 bis 5 Jahre

Lesebeispiel

71,2% der 4- bis 5-Jährigen dürfen mitbestimmen, was die Familie gemeinsam unternimmt.

Markenbewusstsein und Erfüllung des Markenwunsches

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Marke ist wichtig				
Spielzeug	37,2	38,4	35,9	
Schulsachen, Stifte, Füller	5,9	6,1	5,6	
Taschen, Ranz, Rucksäcke	12,2	12,1	12,3	
Handy/ Smartphone	6,2	8,8	3,6	
Spielekonsolen, tragbare Konsolen	10,9	14,3	7,4	
Kleidung, Anziehsachen	7,0	7,6	6,5	
Sportschuhe, Sneaker	9,5	10,6	8,2	
Essen und Trinken	32,5	29,2	35,9	
Markenwunsch wird meistens erfüllt				
Spielzeug	45,7	45,7	45,6	
Schulsachen, Stifte, Füller	7,4	7,6	7,2	
Taschen, Ranz, Rucksäcke	9,6	9,2	9,9	
Handy/ Smartphone	2,4	1,9	3,0	
Spielekonsolen, tragbare Konsolen	6,8	7,4	6,1	
Kleidung, Anziehsachen	12,3	12,4	12,3	
Sportschuhe, Sneaker	11,9	12,8	10,8	
Essen und Trinken	43,7	40,5	47,0	
nichts davon/ keine Angabe	29,7	29,2	30,3	

Lesebeispiel

37,2% der 4- bis 5-Jährigen legen bei Spielzeug Wert auf eine bestimmte Marke und 45,7% wird dieser Markenwunsch meistens erfüllt.

Genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten - Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Hauptsächlich genutzte Informationsquellen der Erziehungsbe-				
rechtigten bei Einkäufen für das Kind bei ...				
Bekleidung				
beim Kind selbst	46,7	39,0	54,7	
in der Familie/ bei Freunden	41,0	36,0	46,2	
im Geschäft	66,0	67,0	65,0	
durch die Werbung	23,7	23,5	24,0	
woanders	11,0	9,9	12,2	
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	0,0	0,0	0,0	
keine Angabe	0,4	0,8	0,0	
Schuhe				
beim Kind selbst	39,9	35,5	44,5	
in der Familie/ bei Freunden	38,2	36,2	40,2	
im Geschäft	72,6	73,8	71,4	
durch die Werbung	27,4	25,7	29,2	
woanders	10,4	10,3	10,5	
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	0,0	0,0	0,0	
keine Angabe	0,7	0,5	0,9	
Lebensmittel				
beim Kind selbst	46,1	40,0	52,4	
in der Familie/ bei Freunden	35,5	33,5	37,7	
im Geschäft	63,5	64,2	62,7	
durch die Werbung	32,8	30,5	35,2	
woanders	10,9	9,2	12,7	
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	0,0	0,0	0,0	
keine Angabe	2,9	3,1	2,6	
elektronische Geräte				
beim Kind selbst	13,4	11,3	15,6	
in der Familie/ bei Freunden	39,9	38,5	41,3	
im Geschäft	49,3	54,0	44,5	
durch die Werbung	24,4	25,8	23,0	
woanders	9,6	8,0	11,3	
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	19,3	15,2	23,5	
keine Angabe	5,5	5,5	5,6	

Lesebeispiel

Beim Kauf von Bekleidung für die 4- bis 5-Jährigen informieren sich 46,7% der Erziehungsberechtigten bei den Kindern selbst.

Genutzte Informationsquellen der Erziehungsberechtigten - Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Hauptsächlich genutzte Informationsquellen der Erziehungsbe-				
rechtigten bei Einkäufen für das Kind bei ...				
klassisches Spielzeug				
beim Kind selbst	67,8	64,4	71,3	
in der Familie/ bei Freunden	47,9	45,9	50,1	
im Geschäft	62,9	63,7	62,1	
durch die Werbung	31,0	29,9	32,2	
durch Beiträge in den Medien	0,0	0,0	0,0	
woanders	9,3	7,0	11,7	
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	0,1	0,2	0,0	
keine Angabe	0,9	1,1	0,7	
Sportausrüstung				
beim Kind selbst	22,3	16,3	28,6	
in der Familie/ bei Freunden	34,9	33,6	36,3	
im Geschäft	60,2	60,7	59,8	
durch die Werbung	22,5	21,5	23,4	
woanders	9,9	7,3	12,6	
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	9,5	9,9	9,1	
keine Angabe	3,3	4,1	2,5	
Körperpflege, Kosmetik				
beim Kind selbst	19,4	14,8	24,2	
in der Familie/ bei Freunden	36,0	33,4	38,8	
im Geschäft	67,1	66,8	67,5	
durch die Werbung	31,0	26,6	35,6	
woanders	10,9	9,4	12,5	
wird nicht gekauft (vom befragten Erziehungsberechtigten)	5,9	5,5	6,4	
keine Angabe	3,4	3,7	3,1	

Lesebeispiel

Beim Kauf von klassischem Spielzeug für die 4- bis 5-Jährigen informieren sich 67,8% der Erziehungsberechtigten bei den Kindern selbst.

Freizeitaktivitäten - Teil 1/5

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
ein eigenes Instrument spielen/ Musizieren			
(fast) jeden Tag	1,0	0,5	1,5
mehrmals pro Woche	2,8	2,1	3,4
etwa einmal pro Woche	8,3	8,6	7,9
seltener	14,6	14,8	14,3
nie	73,5	74,0	72,9
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
Sport treiben			
(fast) jeden Tag	5,4	3,8	7,0
mehrmals pro Woche	20,7	22,8	18,5
etwa einmal pro Woche	36,7	40,0	33,1
seltener	18,7	14,4	23,2
nie	18,5	19,0	18,0
keine Angabe	0,1	0,0	0,2
im Freien spielen			
(fast) jeden Tag	37,7	38,1	37,3
mehrmals pro Woche	51,8	49,3	54,5
etwa einmal pro Woche	6,7	8,6	4,7
seltener	3,4	3,2	3,5
nie	0,4	0,8	0,0
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
mit Freund:innen zusammen sein			
(fast) jeden Tag	17,6	14,4	20,9
mehrmals pro Woche	62,4	64,4	60,4
etwa einmal pro Woche	13,9	12,4	15,5
seltener	5,7	8,2	2,9
nie	0,5	0,6	0,3
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
etwas zusammen mit der Familie machen (z.B. spielen, Ausflüge)			
(fast) jeden Tag	12,0	11,5	12,4
mehrmals pro Woche	44,5	45,9	43,1
etwa einmal pro Woche	34,9	34,7	35,1
seltener	8,0	7,5	8,6
nie	0,6	0,4	0,8
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
ins Kino gehen			
(fast) jeden Tag	0,4	0,0	0,8
mehrmals pro Woche	0,6	0,9	0,4
etwa einmal pro Woche	1,1	2,2	0,0
seltener	37,5	37,3	37,8
nie	59,5	59,0	60,0
keine Angabe	0,8	0,7	1,0

Lesebeispiel
20,7% der 4- bis 5-Jährigen treiben mehrmals pro Woche Sport.

Freizeitaktivitäten - Teil 2/5

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
sich mit Tieren beschäftigen, füttern, pflegen			
(fast) jeden Tag	27,8	27,9	27,7
mehrmals pro Woche	10,6	8,5	12,8
etwa einmal pro Woche	4,4	3,2	5,7
seltener	17,6	17,1	18,1
nie	39,5	43,2	35,7
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
Reiten			
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	1,1	1,3	0,9
etwa einmal pro Woche	1,8	0,5	3,1
seltener	6,5	4,9	8,2
nie	90,6	93,4	87,7
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
Kochen/ Backen			
(fast) jeden Tag	0,7	1,2	0,2
mehrmals pro Woche	5,9	4,3	7,6
etwa einmal pro Woche	14,4	10,4	18,6
seltener	25,2	22,0	28,5
nie	53,8	62,1	45,1
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
Malen, Zeichnen, Basteln, Handarbeiten			
(fast) jeden Tag	26,3	20,1	32,8
mehrmals pro Woche	43,6	40,6	46,7
etwa einmal pro Woche	19,6	26,1	12,7
seltener	5,0	6,4	3,4
nie	5,5	6,8	4,1
keine Angabe	0,1	0,0	0,2
Verkleiden			
(fast) jeden Tag	3,4	1,5	5,4
mehrmals pro Woche	16,6	14,9	18,4
etwa einmal pro Woche	21,7	17,0	26,7
seltener	37,7	35,7	39,8
nie	20,3	30,8	9,2
keine Angabe	0,4	0,2	0,6
Puzzeln			
(fast) jeden Tag	7,6	7,2	8,1
mehrmals pro Woche	34,6	32,3	37,1
etwa einmal pro Woche	32,1	31,4	32,8
seltener	19,9	22,5	17,1
nie	5,8	6,7	4,8
keine Angabe	0,1	0,0	0,2

Lesebeispiel
34,6% der 4- bis 5-Jährigen puzzeln in ihrer Freizeit
mehrmals pro Woche.

Freizeitaktivitäten - Teil 3/5

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Gesellschaftsspiele spielen (z.B. Brettspiele, Kartenspiele)			
(fast) jeden Tag	9,5	6,5	12,8
mehrmals pro Woche	44,5	43,8	45,3
etwa einmal pro Woche	22,2	23,9	20,3
seltener	16,9	19,3	14,5
nie	6,7	6,3	7,2
keine Angabe	0,1	0,1	0,0
Bücher oder Spielbretter, die mithilfe eines Gerätes um Geräusche oder Gesprochenes erweitert werden, z.B. Hörstifte wie TipToi oder BOOKii (Interaktive Lernspiele)			
(fast) jeden Tag	2,5	1,9	3,1
mehrmals pro Woche	19,2	18,0	20,5
etwa einmal pro Woche	16,1	19,7	12,3
seltener	13,6	12,8	14,5
nie	46,9	45,3	48,7
keine Angabe	1,6	2,3	0,9
Spielzeug oder -Bücher, bei denen das Gebaute oder die Geschichten mit einer App am Bildschirm zum Leben erweckt werden, wie z.B. LEGO Hidden Side oder SuperBuch (Augmented Reality)			
(fast) jeden Tag	0,4	0,5	0,4
mehrmals pro Woche	6,3	6,9	5,7
etwa einmal pro Woche	9,8	12,4	7,1
seltener	5,6	5,5	5,8
nie	75,1	72,1	78,1
keine Angabe	2,7	2,5	2,9
Sammeln, mit einer Sammlung beschäftigen			
(fast) jeden Tag	7,0	7,7	6,2
mehrmals pro Woche	23,9	20,3	27,6
etwa einmal pro Woche	16,0	16,2	15,8
seltener	23,6	26,3	20,8
nie	29,4	29,3	29,5
keine Angabe	0,1	0,2	0,0
mit Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen/ Stofftieren spielen			
(fast) jeden Tag	39,5	14,2	66,2
mehrmals pro Woche	21,2	15,3	27,4
etwa einmal pro Woche	5,1	7,0	3,1
seltener	8,2	14,4	1,7
nie	26,0	49,2	1,6
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
mit Actionfiguren (z.B. Power Rangers, Star Wars, Batman) spielen			
(fast) jeden Tag	8,3	14,2	2,1
mehrmals pro Woche	19,3	33,1	4,9
etwa einmal pro Woche	10,2	15,0	5,1
seltener	15,9	15,6	16,3
nie	46,0	22,1	71,1
keine Angabe	0,2	0,0	0,5

Lesebeispiel
8,3% der 4- bis 5-Jährigen spielen (fast) jeden Tag mit Actionfiguren.

Freizeitaktivitäten - Teil 4/5

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
mit Spielkästen, Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich) spielen				
(fast) jeden Tag	21,7	30,2	12,8	
mehrmals pro Woche	47,2	50,6	43,7	
etwa einmal pro Woche	15,3	12,9	17,9	
seltener	7,0	4,0	10,1	
nie	8,4	2,3	14,9	
keine Angabe	0,3	0,0	0,7	
sich mit Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen) beschäftigen				
(fast) jeden Tag	2,3	4,5	0,0	
mehrmals pro Woche	15,2	20,2	10,1	
etwa einmal pro Woche	10,5	11,6	9,4	
seltener	15,5	18,1	12,9	
nie	55,7	45,1	66,8	
keine Angabe	0,7	0,5	0,8	
im Internet surfen/ nach Sachen suchen, die interessieren				
(fast) jeden Tag	0,4	0,5	0,2	
mehrmals pro Woche	1,7	2,2	1,1	
etwa einmal pro Woche	6,7	7,4	6,0	
seltener	6,3	5,3	7,4	
nie	84,8	84,3	85,3	
keine Angabe	0,1	0,2	0,0	
mit tragbarer Konsole (z.B. Nintendo Switch) spielen				
(fast) jeden Tag	2,6	2,0	3,2	
mehrmals pro Woche	11,4	10,8	12,0	
etwa einmal pro Woche	6,0	7,8	4,1	
seltener	4,7	4,4	4,9	
nie	75,2	74,7	75,8	
keine Angabe	0,1	0,3	0,0	
mit einer Spielkonsole am Fernseher (z.B. PlayStation oder Xbox) spielen				
(fast) jeden Tag	1,1	1,7	0,5	
mehrmals pro Woche	3,7	5,2	2,2	
etwa einmal pro Woche	6,6	6,9	6,3	
seltener	7,7	8,9	6,5	
nie	80,9	77,3	84,6	
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	
am Smartphone oder Tablet spielen				
(fast) jeden Tag	2,1	2,1	2,1	
mehrmals pro Woche	15,5	17,1	13,9	
etwa einmal pro Woche	11,0	9,9	12,2	
seltener	9,0	8,7	9,3	
nie	62,4	62,2	62,6	
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	

Lesebeispiel

15,5% der 4- bis 5-Jährigen spielen mehrmals pro Woche am Smartphone oder Tablet.

Freizeitaktivitäten - Teil 5/5

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
am PC/ Laptop spielen				
(fast) jeden Tag	0,2	0,3	0,0	
mehrmals pro Woche	4,0	5,5	2,4	
etwa einmal pro Woche	7,6	5,8	9,5	
seltener	11,3	12,7	9,9	
nie	76,9	75,7	78,2	
keine Angabe	0,0	0,0	0,0	
ausruhen/ nichts tun, chillen				
(fast) jeden Tag	30,9	28,3	33,7	
mehrmals pro Woche	35,2	35,0	35,5	
etwa einmal pro Woche	13,4	14,2	12,6	
seltener	10,5	11,4	9,5	
nie	8,9	10,4	7,2	
keine Angabe	1,0	0,7	1,5	

Lesebeispiel

4,0% der 4- bis 5-Jährigen spielen mehrmals pro Woche am PC oder Laptop.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Art und Weise

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Serien, Filme oder Videos			
genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft			
(fast) jeden Tag	45,7	41,8	49,8
mehrmals pro Woche	35,2	39,4	30,8
etwa einmal pro Woche	6,8	7,0	6,5
seltener	5,6	4,7	6,6
nie	6,4	7,0	5,8
keine Angabe	0,2	0,0	0,5
mit Mediatheken oder Apps von Fernsehsendern			
(fast) jeden Tag	5,9	3,6	8,3
mehrmals pro Woche	22,1	21,8	22,4
etwa einmal pro Woche	12,4	12,5	12,3
seltener	9,8	12,4	7,1
nie	49,3	49,7	48,7
keine Angabe	0,5	0,0	1,1
mit kostenlosen Videodiensten wie z.B. YouTube, Vimeo			
(fast) jeden Tag	6,0	5,4	6,5
mehrmals pro Woche	20,7	21,3	20,0
etwa einmal pro Woche	11,8	11,9	11,7
seltener	7,7	7,5	7,8
nie	53,2	53,8	52,6
keine Angabe	0,7	0,1	1,3
mit Streaming-Diensten wie z.B. Netflix, Disney+ oder Amazon Prime Video			
(fast) jeden Tag	6,7	5,9	7,6
mehrmals pro Woche	21,5	21,6	21,4
etwa einmal pro Woche	6,7	6,8	6,6
seltener	5,0	4,8	5,2
nie	58,6	60,0	57,3
keine Angabe	1,5	1,0	2,0
mit Apps, in denen kurze Videos geteilt werden wie z.B. TikTok, Snapchat oder Instagram			
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	3,9	4,9	2,8
etwa einmal pro Woche	2,6	3,2	2,0
seltener	3,5	4,3	2,6
nie	88,9	87,2	90,7
keine Angabe	1,1	0,4	1,9
mit DVDs/ Blu-rays/ auf Festplatte aufgenommen			
(fast) jeden Tag	3,7	2,8	4,7
mehrmals pro Woche	18,2	17,2	19,2
etwa einmal pro Woche	20,4	19,8	20,9
seltener	29,8	31,8	27,8
nie	27,8	28,4	27,2
keine Angabe	0,1	0,0	0,2

Lesebeispiel

45,7% der 4- bis 5-Jährigen schauen (fast) jeden Tag Serien, Filme oder Videos genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Mediatheken, Video- oder Streamingdienste - Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Amazon Prime Video			
(fast) jeden Tag	0,8	0,2	1,4
mehrmals pro Woche	6,1	8,1	3,9
etwa einmal pro Woche	4,5	4,9	4,1
seltener	6,1	5,9	6,4
nie	80,1	79,8	80,4
keine Angabe	2,4	1,1	3,8
Disney+			
(fast) jeden Tag	1,7	0,8	2,6
mehrmals pro Woche	10,8	11,2	10,5
etwa einmal pro Woche	6,7	7,7	5,7
seltener	3,5	2,9	4,2
nie	75,8	77,0	74,6
keine Angabe	1,4	0,4	2,5
KiKA-Player			
(fast) jeden Tag	2,1	0,2	4,0
mehrmals pro Woche	6,9	6,6	7,2
etwa einmal pro Woche	7,2	6,1	8,2
seltener	10,4	13,7	6,8
nie	72,0	72,4	71,6
keine Angabe	1,6	1,0	2,1
Netflix			
(fast) jeden Tag	3,7	3,3	4,1
mehrmals pro Woche	14,7	13,4	16,0
etwa einmal pro Woche	3,6	3,6	3,6
seltener	4,9	5,6	4,1
nie	71,1	72,8	69,4
keine Angabe	2,0	1,3	2,6
Nickelodeon Play			
(fast) jeden Tag	0,6	0,0	1,3
mehrmals pro Woche	1,6	2,2	0,9
etwa einmal pro Woche	1,6	1,9	1,3
seltener	2,3	2,4	2,2
nie	90,6	91,7	89,3
keine Angabe	3,4	1,8	5,0
TOGGO			
(fast) jeden Tag	1,5	1,7	1,2
mehrmals pro Woche	9,7	9,2	10,3
etwa einmal pro Woche	10,6	13,4	7,6
seltener	7,9	8,7	7,2
nie	68,4	66,2	70,8
keine Angabe	1,8	0,8	2,9

Lesebeispiel
0,8% der 4- bis 5-Jährigen schauen (fast) jeden Tag
Amazon Prime Video.

Freizeitgestaltung mit Medien - Sehen: Mediatheken, Video- oder Streamingdienste - Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Toggolino			
(fast) jeden Tag	1,6	1,0	2,2
mehrmals pro Woche	10,6	10,7	10,4
etwa einmal pro Woche	10,2	10,6	9,8
seltener	8,5	10,7	6,2
nie	67,1	66,0	68,2
keine Angabe	2,1	1,0	3,2
RTL+ (früher TVNOW)			
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	0,7	0,9	0,4
etwa einmal pro Woche	1,4	1,3	1,4
seltener	2,6	3,9	1,3
nie	92,9	92,8	93,0
keine Angabe	2,5	1,1	3,9
TikTok			
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	0,0	0,0	0,0
etwa einmal pro Woche	2,5	2,8	2,1
seltener	1,7	2,7	0,6
nie	94,8	94,2	95,4
keine Angabe	1,1	0,4	1,9
Twitch			
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	0,2	0,0	0,4
etwa einmal pro Woche	0,5	1,0	0,0
seltener	3,5	4,5	2,5
nie	93,6	93,5	93,7
keine Angabe	2,2	1,1	3,4
YouTube			
(fast) jeden Tag	2,1	2,8	1,3
mehrmals pro Woche	10,1	10,3	10,0
etwa einmal pro Woche	10,8	11,2	10,3
seltener	8,6	8,2	9,0
nie	67,1	67,3	66,9
keine Angabe	1,3	0,2	2,4
YouTube Kids			
(fast) jeden Tag	1,1	0,6	1,7
mehrmals pro Woche	13,8	13,5	14,1
etwa einmal pro Woche	8,6	9,6	7,5
seltener	8,1	10,8	5,2
nie	67,2	65,1	69,3
keine Angabe	1,3	0,4	2,2
ZDFtivi			
(fast) jeden Tag	0,1	0,0	0,3
mehrmals pro Woche	3,7	5,4	2,0
etwa einmal pro Woche	6,5	7,1	6,0
seltener	8,8	8,8	8,7
nie	79,3	78,5	80,1
keine Angabe	1,6	0,2	2,9

Lesebeispiel
1,6% der 4- bis 5-Jährigen schauen (fast) jeden Tag
Toggolino.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Häufigkeit

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Musik			
(fast) jeden Tag	26,4	22,2	30,9
mehrmals pro Woche	46,9	47,9	45,8
etwa einmal pro Woche	8,4	7,9	8,8
seltener	6,8	11,1	2,3
nie	11,5	10,9	12,2
laufende Kinderradiosender (z.B. auf Toggo Radio, Radio Teddy) bzw. -programme (z. B. KiRaKa, Kakadu, Mikado)			
(fast) jeden Tag	5,6	5,5	5,8
mehrmals pro Woche	11,6	11,0	12,2
etwa einmal pro Woche	10,3	11,5	9,0
seltener	18,0	18,5	17,5
nie	54,4	53,5	55,3
Hörbücher			
(fast) jeden Tag	5,1	4,2	6,0
mehrmals pro Woche	29,2	25,6	32,9
etwa einmal pro Woche	15,1	16,4	13,8
seltener	18,0	20,2	15,7
nie	32,3	33,0	31,7
Hörspiele			
(fast) jeden Tag	16,9	16,3	17,5
mehrmals pro Woche	40,3	37,9	42,9
etwa einmal pro Woche	14,1	13,7	14,5
seltener	14,3	16,4	12,1
nie	14,0	15,8	12,3
Podcasts			
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	0,8	0,4	1,2
etwa einmal pro Woche	1,7	1,8	1,5
seltener	6,4	7,1	5,5
nie	87,6	88,1	87,0

Lesebeispiel

26,4% der 4- bis 5-Jährigen hören (fast) jeden Tag Musik.

Freizeitgestaltung mit Medien - Hören: Nutzung von Geräten

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Nutzung von Geräten wie				
Alexa, Google Home				
(fast) jeden Tag	3,7	4,2	3,1	
mehrmals pro Woche	4,7	6,3	3,1	
etwa einmal pro Woche	2,4	3,0	1,9	
seltener	3,5	3,2	3,9	
nie	84,3	82,1	86,6	
keine Angabe	1,3	1,2	1,4	
Toniebox, V-Story oder tigerbox				
(fast) jeden Tag	11,7	10,1	13,3	
mehrmals pro Woche	21,1	19,7	22,6	
etwa einmal pro Woche	4,7	5,6	3,8	
seltener	3,5	3,6	3,4	
nie	57,1	59,8	54,2	
keine Angabe	1,9	1,2	2,7	

Lesebeispiel

3,7% der 4- bis 5-Jährigen hören (fast) jeden Tag mit
Geräten wie Alexa, Google Home.

Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen: Häufigkeit

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Bücher			
(fast) jeden Tag	25,0	19,6	30,7
mehrmals pro Woche	50,4	50,3	50,6
etwa einmal pro Woche	9,5	13,4	5,4
seltener	5,5	4,9	6,2
nie	9,5	11,9	7,1
Zeitschriften, Magazine, Comics			
(fast) jeden Tag	4,2	3,2	5,3
mehrmals pro Woche	39,1	36,9	41,4
etwa einmal pro Woche	18,4	19,9	16,8
seltener	27,3	29,2	25,4
nie	11,0	10,9	11,1
Tageszeitungen			
(fast) jeden Tag	0,1	0,0	0,3
mehrmals pro Woche	1,0	0,4	1,5
etwa einmal pro Woche	0,2	0,3	0,2
seltener	0,6	0,8	0,4
nie	98,0	98,5	97,5

Lesebeispiel
25,0% der 4- bis 5-Jährigen lesen (fast) jeden Tag Bücher.

Freizeitgestaltung mit Medien - Lesen: Papier und elektronisch

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Bücher			
auf Papier			
(fast) jeden Tag	23,6	18,5	29,1
mehrmals pro Woche	49,8	49,3	50,3
etwa einmal pro Woche	9,9	13,4	6,2
seltener	6,4	6,1	6,8
nie	9,5	11,9	7,1
keine Angabe	0,7	0,8	0,6
auf Bildschirm			
(fast) jeden Tag	0,3	0,3	0,4
mehrmals pro Woche	2,4	2,2	2,7
etwa einmal pro Woche	0,9	0,7	1,1
seltener	3,6	2,8	4,5
nie	90,9	92,8	89,0
keine Angabe	1,8	1,3	2,4
Zeitschriften, Magazine, Comics			
auf Papier			
(fast) jeden Tag	3,4	2,1	4,8
mehrmals pro Woche	37,5	36,1	39
etwa einmal pro Woche	18,0	19,6	16,2
seltener	27,8	28,4	27,3
nie	11,2	11,4	11,1
keine Angabe	2,1	2,4	1,7
auf Bildschirm			
(fast) jeden Tag	0,2	0	0,4
mehrmals pro Woche	2,0	1,2	2,9
etwa einmal pro Woche	0,9	1,0	0,9
seltener	4,6	4,8	4,5
nie	88,9	89,6	88,0
keine Angabe	3,3	3,4	3,3
Tageszeitungen			
auf Papier			
(fast) jeden Tag	0,1	0,0	0,3
mehrmals pro Woche	0,7	0,4	1,0
etwa einmal pro Woche	0,2	0,3	0,2
seltener	0,6	0,8	0,4
nie	98,3	98,5	98,0
keine Angabe	0,0	0,0	0,0
auf Bildschirm			
(fast) jeden Tag	0,0	0,0	0,0
mehrmals pro Woche	0,0	0,0	0,0
etwa einmal pro Woche	0,0	0,0	0,0
seltener	0,3	0,0	0,5
nie	99,7	100,0	99,5
keine Angabe	0,0	0,0	0,0

Lesebeispiel
23,6% der 4- bis 5-Jährigen lesen (fast) jeden Tag Bücher auf Papier.

Ausgaben für Spielzeug und Bekleidung

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Ausgaben der Erziehungsberechtigten in den letzten 12 Monaten für das befragte Kind				
für klassisches Spielzeug				
1 bis unter 50 Euro	6,7	7,5	5,8	
50 bis unter 100 Euro	13,4	13,4	13,4	
100 bis unter 150 Euro	26,7	30,2	22,9	
150 bis unter 200 Euro	18,5	17,0	20,1	
200 bis unter 250 Euro	14,1	13,2	14,9	
250 bis unter 300 Euro	6,0	4,3	7,8	
300 Euro und mehr	8,3	8,4	8,3	
0 Euro	1,2	2,0	0,3	
keine Angabe	5,1	3,8	6,5	
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	157	150	164	
für elektronisches Spielzeug				
1 bis unter 50 Euro	8,8	12,1	5,4	
50 bis unter 100 Euro	11,0	11,9	10,0	
100 bis unter 150 Euro	6,7	8,0	5,3	
150 bis unter 200 Euro	1,6	1,7	1,4	
200 bis unter 250 Euro	1,3	1,9	0,6	
250 bis unter 300 Euro	0,0	0,0	0,0	
300 Euro und mehr	2,4	2,1	2,8	
0 Euro	60,3	55,6	65,3	
keine Angabe	7,9	6,6	9,2	
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	32	35	29	
für Bekleidung, Schuhe				
1 bis unter 50 Euro	0,8	1,2	0,5	
50 bis unter 100 Euro	3,9	4,2	3,5	
100 bis unter 150 Euro	8,2	8,9	7,4	
150 bis unter 200 Euro	14,0	15,1	12,8	
200 bis unter 250 Euro	16,9	18,7	15,1	
250 bis unter 300 Euro	6,2	6,0	6,4	
300 bis unter 400 Euro	23,2	22,0	24,4	
400 bis unter 500 Euro	7,9	7,1	8,8	
500 Euro und mehr	13	13	14	
0 Euro	0,7	1,3	0	
keine Angabe	5	3	7,1	
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	290	278	303	

Lesebeispiel

Die Ausgaben für Bekleidung oder Schuhe für das befragte 4-5 jährige Kind der Erziehungsberechtigten, die eine Angabe zum ausgegebenen Geld für Bekleidung oder Schuhe gemacht haben, betrugen in den letzten 12 Monaten 290 Euro.

Ausgaben für Zeitschriften, Bücher und Ausflüge

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0

Ausgaben der Erziehungsberechtigten in den letzten 12 Monaten für das befragte Kind für Zeitschriften				
1 bis unter 50 Euro	56,7	56,6	56,7	
50 bis unter 100 Euro	19,6	24,1	15,0	
100 bis unter 150 Euro	4,1	3,1	5,2	
150 bis unter 200 Euro	0,7	0,6	0,7	
200 bis unter 250 Euro	0,4	0,7	0,0	
250 bis unter 300 Euro	0,3	0,0	0,7	
300 Euro und mehr	0,0	0,0	0,0	
0 Euro	14	12	15	
keine Angabe	5	3	6	
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	35	35	34	

für Bücher				
1 bis unter 50 Euro	42,7	43,9	41,4	
50 bis unter 100 Euro	30,7	29,9	31,5	
100 bis unter 150 Euro	12,4	11,8	13,0	
150 bis unter 200 Euro	0,6	0,8	0,3	
200 bis unter 250 Euro	0,8	1,2	0,4	
250 bis unter 300 Euro	0,0	0,0	0,0	
300 Euro und mehr	0	0	0	
0 Euro	8	8	7	
keine Angabe	5,1	4,1	6,2	
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	48	48	49	

für Ausflüge				
1 bis unter 50 Euro	32,2	34,2	30,0	
50 bis unter 100 Euro	18,4	15,5	21,3	
100 bis unter 150 Euro	10,6	11,1	10,0	
150 bis unter 200 Euro	3,6	2,0	5,2	
200 bis unter 250 Euro	2	2	2	
250 bis unter 300 Euro	0,6	0,6	0,6	
300 Euro und mehr	1,7	2,2	1,1	
0 Euro	22,4	26	18,7	
keine Angabe	8,3	5,9	10,8	
Durchschnittliche Ausgaben in Euro (Basis: Angabe gemacht)	52	51	52	

Lesebeispiel

Die Ausgaben für Bücher für das befragte 4-5 jährige Kind der Erziehungsberechtigten, die eine Angabe zum ausgegebenen Geld für Bücher gemacht haben, betrugen in den letzten 12 Monaten 48 Euro.

Sonderthemen

Gaming

Seite 108

Gaming - Spiele per Konsole, über Computer, Tablet oder Smartphone

Seite 108

Corona

Seite 109

Sehnsucht nach ... Teil 1/2

Seite 109

Sehnsucht nach ... Teil 2/2

Seite 110

Sonderthema: Gaming

Spiele per Konsole, über Computer, Tablet oder Smartphone

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht		
		Jungen	Mädchen	
Fallzahlen-Basis	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
in %	100,0	100,0	100,0	
Gaming - Spiele per Konsole, über Computer, Tablet oder Smartphone				
Super Mario Spiele	16,1	20,0	12,0	
Pokémon Spiele	19,2	20,9	17,4	
LEGO Spiele	13,2	17,9	8,1	
Barbie Spiele	8,8	0,6	17,5	
Just Dance Spiele	2,8	1,8	3,9	
TOGGO Spiele	12,9	11,6	14,4	
Toggolino Spiele	22,3	17,1	27,7	
KiKA Spiele	14,8	14,7	14,9	
Nickelodeon Spiele	2,6	3,8	1,4	
Andere	3,7	4,6	2,8	
keine Angabe	3	2,9	3	

Lesebeispiel

16,1% der Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen sind der Meinung, dass Ihre Kinder 'Super Mario Spiele' in Ihrer Freizeit spielen.

Sonderthema: Corona

Sehnsucht nach ... Teil 1/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht			
		Jungen	Mädchen		
Fallzahlen-Basis	548	281	267		
in Tsd.	1.597	819	778		
in %	100,0	100,0	100,0		
ins Kino gehen					
sehr vermisst	6,6	6,2	7,1		
etwas vermisst	22,1	23,4	20,7		
nicht vermisst	69,7	68,9	70,5		
keine Angabe	1,6	1,5	1,7		
in den Freizeitpark (z.B. Legoland, Europapark, Heidepark) gehen					
sehr vermisst	16,4	15,6	17,4		
etwas vermisst	44,0	47,3	40,4		
nicht vermisst	38,8	35,6	42,2		
keine Angabe	0,8	1,5	0,0		
Shows, Konzerte oder Musical besuchen					
sehr vermisst	7,7	9,3	6,1		
etwas vermisst	19,3	19,2	19,4		
nicht vermisst	71,4	69,5	73,3		
keine Angabe	1,6	2,0	1,2		
Mit Freund:innen treffen und gemeinsam spielen					
sehr vermisst	76,2	74,0	78,5		
etwas vermisst	18,1	19,4	16,7		
nicht vermisst	4,7	5,8	3,5		
keine Angabe	1,0	0,7	1,2		
Verreisen					
sehr vermisst	28,6	30,1	27,0		
etwas vermisst	41,0	39,0	43,1		
nicht vermisst	27,9	27,8	28,1		
keine Angabe	2,5	3,1	1,8		

Lesebeispiel

Die Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen sind der Meinung, dass 6,6% ihrer Kinder in der Corona-Zeit 'ins Kino gehen' sehr vermisst haben.

Sonderthema: Corona

Sehnsucht nach ... Teil 2/2

Zielgruppe: Bevölkerung 4 bis 5 Jahre	Gesamt	Geschlecht			
		Jungen	Mädchen		
Fallzahlen-Basis	548	281	267		
in Tsd.	1.597	819	778		
in %	100,0	100,0	100,0		
Meinen Geburtstag/ Feste feiern mit meinen Freund:innen					
sehr vermisst	62,3	60,0	64,7		
etwas vermisst	27,6	30,3	24,8		
nicht vermisst	7,8	6,4	9,3		
keine Angabe	2,3	3,3	1,2		
Sport in meinem Verein/ Club					
sehr vermisst	22,8	23,2	22,4		
etwas vermisst	22,5	25,2	19,7		
nicht vermisst	53,5	50,7	56,5		
keine Angabe	1,2	0,9	1,5		
ins Schwimmbad/ Freibad gehen					
sehr vermisst	44,7	47,4	41,8		
etwas vermisst	30,0	30,6	29,4		
nicht vermisst	24,3	21,5	27,3		
keine Angabe	1,0	0,5	1,6		
Shoppen/ in der Stadt bummeln					
sehr vermisst	18,4	20,5	16,2		
etwas vermisst	23,1	19,4	27,1		
nicht vermisst	57,7	59,2	56,2		
keine Angabe	0,7	0,9	0,5		
Auf die Kirmes/ zu Stadtfesten gehen					
sehr vermisst	19,9	19,4	20,4		
etwas vermisst	35,8	37,9	33,6		
nicht vermisst	43,4	42,1	44,8		
keine Angabe	0,9	0,6	1,2		

Lesebeispiel

Die Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen sind der Meinung, dass 44,7% ihrer Kinder in der Corona-Zeit 'ins Schwimmbad/ Freibad gehen' sehr vermisst haben.

Anhang



Soziodemografie 6 bis 13 Jahre	Seite 113
Soziodemografie 4 bis 5 Jahre	Seite 117
Methodenbericht	Seite 121
Codepläne	Seite 133
Impressum	Seite 173

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	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
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	12,9	12,9	13,0	25,8	0,0
7 Jahre	12,5	12,5	12,5	24,9	0,0
8 Jahre	12,5	12,5	12,4	24,9	0,0
9 Jahre	12,2	12,2	12,2	24,4	0,0
10 Jahre	12,5	12,5	12,5	0,0	25,0
11 Jahre	12,3	12,3	12,3	0,0	24,6
12 Jahre	12,6	12,6	12,6	0,0	25,3
13 Jahre	12,5	12,6	12,5	0,0	25,1
Schulbesuch					
Grundschule	53,8	53,9	53,8	91,8	15,7
Hauptschule	3,8	3,7	3,9	0,0	7,6
Realschule	13,0	12,6	13,4	0,2	25,8
Gymnasium	17,7	16,9	18,5	0,5	34,9
Gesamtschule	6,2	6,7	5,6	0,4	11,9
andere Schule	2,2	3,0	1,3	0,3	4,1
noch nicht eingeschult	3,4	3,2	3,5	6,7	0,0
Personen im Haushalt					
2 Personen	7,5	7,7	7,3	6,2	8,9
3 Personen	37,2	35,7	38,8	35,3	39,1
4 Personen	44,6	44,2	45,0	48,4	40,8
5 Personen und mehr	10,6	12,4	8,8	10,1	11,2
Haushaltsnettoeinkommen					
unter 1.000 Euro	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7
1.000 bis unter 1.500 Euro	1,8	2,1	1,5	2,0	1,7
1.500 bis unter 2.000 Euro	5,9	6,2	5,6	5,9	5,9
2.000 bis unter 2.500 Euro	13,3	13,5	13,2	15,9	10,8
2.500 bis unter 3.000 Euro	15,4	16,0	14,7	17,0	13,7
3.000 bis unter 3.500 Euro	15,1	14,0	16,3	13,9	16,3
3.500 bis unter 4.000 Euro	14,9	15,0	14,9	14,0	15,8
4.000 Euro und mehr	23,5	23,3	23,7	21,2	25,8
Anzahl der Verdienere im Haushalt					
1 Person	19,7	18,6	20,9	21,6	17,8
2 Personen	78,0	78,8	77,2	76,1	80,0
3 Personen und mehr	1,7	1,9	1,4	1,4	1,9
Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum Kind					
Mutter	87,6	87,1	88,2	88,4	86,8
Vater	11,4	12,0	10,7	10,6	12,1
andere erziehungsberechtigte Person	1,0	0,9	1,1	0,9	1,1

Lesebeispiel

78,0% 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	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
in %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Alter des befragten Erziehungsberechtigten					
18 bis unter 30 Jahre	2,4	2,6	2,2	4,5	0,3
30 bis unter 40 Jahre	49,0	49,3	48,7	62,6	35,4
40 bis unter 50 Jahre	44,0	43,2	44,9	30,5	57,6
50 bis unter 60 Jahre	4,0	4,2	3,8	2,3	5,7
60 Jahre und älter	0,6	0,7	0,4	0,1	1,0
Schulbildung des Hauptverdieners					
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	19,3	20,0	18,5	20,0	18,6
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	32,0	32,9	31,2	33,1	31,0
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	33,1	32,9	33,3	32,9	33,3
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	15,2	13,7	16,8	13,5	16,8
Berufstätigkeit des Hauptverdieners					
berufstätig	95,9	95,7	96,2	95,9	96,0
zurzeit arbeitslos	2,4	2,5	2,2	2,1	2,6
Rentner, Pensionär	0,4	0,6	0,1	0,0	0,7
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	0,1	0,0	0,2	0,2	0,0
nicht berufstätig	0,9	0,8	1,0	1,4	0,4
Berufsgruppe des Hauptverdieners					
Selbständige/ Freiberufler	9,1	8,6	9,6	7,8	10,3
Leitende Angestellte	19,7	19,4	20,0	17,5	21,8
sonstige Angestellte	43,8	44,0	43,6	47,0	40,5
Beamte	8,2	8,0	8,4	8,0	8,5
Arbeiter	18,6	19,2	17,9	18,9	18,3
Schulbildung der haushaltsführenden Person					
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	20,0	20,6	19,4	20,1	20,0
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	42,1	42,7	41,6	42,9	41,4
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	27,9	28,1	27,7	27,8	28,0
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	9,6	8,0	11,2	8,6	10,5
Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person					
berufstätig	85,6	85,0	86,2	82,7	88,4
zurzeit arbeitslos	4,9	5,3	4,5	5,1	4,8
Rentner, Pensionär	0,7	1,0	0,3	0,3	1,1
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	0,3	0,4	0,2	0,5	0,2
nicht berufstätig	8,0	7,6	8,5	10,9	5,2
Berufsgruppe der haushaltsführenden Person					
Selbständige/ Freiberufler	3,7	3,5	4,0	3,7	3,7
Leitende Angestellte	7,5	6,9	8,2	6,7	8,3
sonstige Angestellte	72,2	72,5	71,8	73,3	71,1
Beamte	4,6	4,6	4,6	4,9	4,3
Arbeiter	10,5	10,5	10,5	9,8	11,3

Lesebeispiel
95,9% 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	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
Geschlecht					
männlich	3.077	3.077	0	1.540	1.537
weiblich	2.911	0	2.911	1.458	1.453
Alter					
6 Jahre	774	397	377	774	0
7 Jahre	747	384	363	747	0
8 Jahre	746	384	362	746	0
9 Jahre	730	375	355	730	0
10 Jahre	748	384	364	0	748
11 Jahre	737	379	358	0	737
12 Jahre	756	388	368	0	756
13 Jahre	750	386	364	0	750
Schulbesuch					
Grundschule	3.222	1.657	1.565	2.752	470
Hauptschule	227	112	115	0	227
Realschule	778	389	390	6	772
Gymnasium	1.059	520	539	16	1.044
Gesamtschule	368	206	162	13	355
andere Schule	131	94	37	9	122
noch nicht eingeschult	202	98	103	202	0
Personen im Haushalt					
2 Personen	452	238	214	185	268
3 Personen	2.228	1.098	1.129	1.059	1.169
4 Personen	2.671	1.360	1.311	1.451	1.220
5 Personen und mehr	637	380	257	303	334
Haushaltsnettoeinkommen					
unter 1.000 Euro	40	18	22	18	22
1.000 bis unter 1.500 Euro	109	65	44	59	49
1.500 bis unter 2.000 Euro	356	191	164	178	178
2.000 bis unter 2.500 Euro	799	416	383	476	323
2.500 bis unter 3.000 Euro	919	492	427	509	410
3.000 bis unter 3.500 Euro	905	430	475	417	488
3.500 bis unter 4.000 Euro	894	462	432	421	473
4.000 Euro und mehr	1.407	716	691	637	770
Anzahl der Verdiener im Haushalt					
1 Person	1.181	573	609	649	532
2 Personen	4.672	2.425	2.247	2.281	2.391
3 Personen und mehr	99	58	40	43	56
Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum Kind					
Mutter	5.248	2.679	2.568	2.651	2.596
Vater	680	369	311	318	362
andere erziehungsberechtigte Person	60	29	31	28	32

Lesebeispiel

4,67 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	2.055	1.056	999	1.029	1.026
in Tsd.	5.988	3.077	2.911	2.998	2.990
Alter des befragten Erziehungsberechtigten					
18 bis unter 30 Jahre	143	79	64	134	9
30 bis unter 40 Jahre	2.935	1.518	1.418	1.877	1.058
40 bis unter 50 Jahre	2.637	1.330	1.306	914	1.722
50 bis unter 60 Jahre	240	129	111	69	171
60 Jahre und älter	33	20	13	3	30
Schulbildung des Hauptverdieners					
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	1.154	615	539	600	555
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	1.918	1.011	908	992	926
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	1.982	1.011	971	986	996
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	909	422	488	405	504
Berufstätigkeit des Hauptverdieners					
berufstätig	5.743	2.943	2.800	2.873	2.870
zurzeit arbeitslos	141	77	65	63	79
Rentner, Pensionär	21	18	3	1	20
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	6	0	6	6	0
nicht berufstätig	55	26	29	42	13
Berufsgruppe des Hauptverdieners					
Selbständige/ Freiberufler	543	263	280	235	309
Leitende Angestellte	1.177	595	582	525	652
sonstige Angestellte	2.621	1.352	1.269	1.410	1.212
Beamte	492	246	245	239	253
Arbeiter	1.114	592	522	566	548
Schulbildung der haushaltsführenden Person					
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	1.199	634	565	601	597
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	2.522	1.312	1.210	1.286	1.236
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	1.672	866	806	835	838
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	574	247	327	259	314
Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person					
berufstätig	5.125	2.617	2.508	2.481	2.644
zurzeit arbeitslos	294	163	131	151	142
Rentner, Pensionär	42	32	10	9	33
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	19	12	7	14	5
nicht berufstätig	481	233	247	325	155
Berufsgruppe der haushaltsführenden Person					
Selbständige/ Freiberufler	223	107	116	111	112
Leitende Angestellte	449	212	238	202	248
sonstige Angestellte	4.323	2.232	2.091	2.196	2.127
Beamte	278	143	135	148	130
Arbeiter	629	323	306	292	336

Lesebeispiel
0,54 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	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Geschlecht			
männlich	51,3	100,0	0,0
weiblich	48,7	0,0	100,0
Alter			
4 Jahre	50,8	50,7	50,9
5 Jahre	49,2	49,3	49,1
Kindergarten-/ Schulbesuch			
Kindergarten/ Hort/ Kita	94,6	94,7	94,5
Schule	0,1	0,2	0,0
weder Kindergarten noch Schule	5,3	5,1	5,5
Personen im Haushalt			
2 Personen	10,8	13,0	8,4
3 Personen	42,4	41,1	43,7
4 Personen	39,5	39,4	39,7
5 Personen und mehr	7,3	6,5	8,2
Haushaltsnettoeinkommen			
unter 1.000 Euro	0,8	0,9	0,7
1.000 bis unter 1.500 Euro	3,4	4,0	2,9
1.500 bis unter 2.000 Euro	10,5	12,8	8,1
2.000 bis unter 2.500 Euro	14,7	12,7	16,8
2.500 bis unter 3.000 Euro	18,1	18,9	17,4
3.000 bis unter 3.500 Euro	14,0	13,3	14,8
3.500 bis unter 4.000 Euro	12,7	11,5	13,9
4.000 Euro und mehr	18,5	18,2	18,8
Anzahl der Verdiener im Haushalt			
1 Person	33,3	36,3	30,2
2 Personen	65,9	63,7	68,2
3 Personen und mehr	0,8	0,0	1,6
Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum Kind			
Mutter	89,5	88,0	91,0
Vater	10,1	11,5	8,6
andere erziehungsberechtigte Person	0,5	0,5	0,4

Lesebeispiel

39,5% 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	548	281	267
in Tsd.	1.597	819	778
in %	100,0	100,0	100,0
Alter des befragten Erziehungsberechtigten			
18 bis unter 30 Jahre	19,0	20,2	17,9
30 bis unter 40 Jahre	65,5	65,8	65,2
40 bis unter 50 Jahre	14,5	12,5	16,5
50 bis unter 60 Jahre	0,5	1,0	0,0
60 Jahre und älter	0,5	0,5	0,4
Schulbildung des Hauptverdieners			
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	17,9	18,5	17,3
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	30,7	33,4	27,8
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	35,9	33,9	38,0
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	15,3	13,8	16,9
Berufstätigkeit des Hauptverdieners			
berufstätig	93,8	93,0	94,6
zurzeit arbeitslos	3,2	2,8	3,7
Rentner, Pensionär	0,5	0,5	0,4
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	0,7	1,3	0,0
nicht berufstätig	1,9	2,5	1,3
Berufsgruppe des Hauptverdieners			
Selbständige/ Freiberufler	7,1	7,8	6,4
Leitende Angestellte	17,6	20,2	14,9
sonstige Angestellte	47,4	45,1	49,8
Beamte	7,2	5,7	8,7
Arbeiter	20,2	20,2	20,1
Schulbildung der haushaltsführenden Person			
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	18,3	19,1	17,5
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	42,5	42,9	42,2
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	27,7	26,3	29,2
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	11,4	11,8	11,1
Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person			
berufstätig	69,9	68,5	71,3
zurzeit arbeitslos	7,0	5,9	8,1
Rentner, Pensionär	1,4	1,0	1,9
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	0,8	1,3	0,2
nicht berufstätig	20,7	22,8	18,5
Berufsgruppe der haushaltsführenden Person			
Selbständige/ Freiberufler	3,4	4,0	2,8
Leitende Angestellte	5,5	5,3	5,7
sonstige Angestellte	76,6	75,6	77,6
Beamte	3,2	3,7	2,7
Arbeiter	10,5	9,8	11,2

Lesebeispiel

65,5% 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	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
Geschlecht				
männlich	819	819	0	
weiblich	778	0	778	
Alter				
4 Jahre	812	415	396	
5 Jahre	786	404	382	
Kindergarten-/ Schulbesuch				
Kindergarten/ Hort/ Kita	1.511	776	735	
Schule	2	2	0	
weder Kindergarten noch Schule	85	41	43	
Personen im Haushalt				
2 Personen	173	107	66	
3 Personen	676	336	340	
4 Personen	632	323	309	
5 Personen und mehr	117	53	64	
Haushaltsnettoeinkommen				
unter 1.000 Euro	13	8	5	
1.000 bis unter 1.500 Euro	55	33	22	
1.500 bis unter 2.000 Euro	168	105	63	
2.000 bis unter 2.500 Euro	235	104	131	
2.500 bis unter 3.000 Euro	290	155	135	
3.000 bis unter 3.500 Euro	224	109	115	
3.500 bis unter 4.000 Euro	202	94	108	
4.000 Euro und mehr	296	149	146	
Anzahl der Verdiener im Haushalt				
1 Person	532	297	235	
2 Personen	1.053	522	531	
3 Personen und mehr	12	0	12	
Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum Kind				
Mutter	1.429	721	708	
Vater	161	94	67	
andere erziehungsberechtigte Person	7	4	3	

Lesebeispiel

85 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	548	281	267	
in Tsd.	1.597	819	778	
Alter des befragten Erziehungsberechtigten				
18 bis unter 30 Jahre	304	165	139	
30 bis unter 40 Jahre	1.047	539	508	
40 bis unter 50 Jahre	231	102	129	
50 bis unter 60 Jahre	8	8	0	
60 Jahre und älter	7	4	3	
Schulbildung des Hauptverdieners				
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	286	152	135	
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	490	274	216	
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	573	278	296	
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	244	113	131	
Berufstätigkeit des Hauptverdieners				
berufstätig	1.498	761	736	
zurzeit arbeitslos	52	23	29	
Rentner, Pensionär	7	4	3	
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	10	10	0	
nicht berufstätig	30	20	10	
Berufsgruppe des Hauptverdieners				
Selbständige/ Freiberufler	114	64	50	
Leitende Angestellte	281	166	116	
sonstige Angestellte	757	370	388	
Beamte	115	47	68	
Arbeiter	322	166	157	
Schulbildung der haushaltsführenden Person				
Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne/ mit abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung	292	156	136	
Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur	679	351	328	
Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule	443	215	228	
Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum	183	96	87	
Berufstätigkeit der haushaltsführenden Person				
berufstätig	1.116	561	555	
zurzeit arbeitslos	112	48	63	
Rentner, Pensionär	23	8	15	
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	12	10	2	
nicht berufstätig	331	187	144	
Berufsgruppe der haushaltsführenden Person				
Selbständige/ Freiberufler	54	33	22	
Leitende Angestellte	88	44	44	
sonstige Angestellte	1.223	619	604	
Beamte	51	30	21	
Arbeiter	167	80	87	

Lesebeispiel

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

Methodenbericht

KiMMo 2022

1 Aufbau der Untersuchung

1.1 Untersuchungstyp

Mit dem Kinder Medien Monitor 2022 (KiMMo) wird eine Markt-Media-Studie vorgestellt, in der eine Fülle an Medien- und ergänzenden 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 die Richtlinie des ADM eingehalten, 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 und Studienteilnehmer

Auftraggeber des Kinder Medien Monitors 2022 sind Edeka Verlagsgesellschaft mbH, Egmont Ehapa Media GmbH, Gruner + Jahr GmbH, Panini Verlags GmbH und SUPER RTL Fernsehen GmbH & Co. KG. Als Studienteilnehmer ist SPIEGEL-Verlag am Kinder Medien Monitor 2022 beteiligt.

1.3 Konzeption

Sämtliche Phasen des Projekts wurden in enger Zusammenarbeit zwischen den KiMMo-Auftraggebern 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 2022 ist die Wohnbevölkerung im Alter von 6 bis 13 Jahren in Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland mit 5,99 Millionen Personen sowie 1,60 Millionen 4- bis 5-Jährige. Analog der ma umfasst die Grundgesamtheit des KiMMo 2022 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 13,0% in der Gesamtbevölkerung (6 bis 13 Jahre: 10,7%, 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 2020 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 2021) sowie die erste oder die ersten zwei Ausgaben des Jahres 2022. 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 ausweitet. Bei 14-täglichen Zeitschriften werden die 12 Ausgaben der letzten sechs Monate (hier Juli bis Dezember 2021) abgefragt. Bei 3-wöchentlich erscheinenden Zeitschriften werden die 12 letzten Ausgaben des letzten Jahres (hier 2021) berücksichtigt. Dieser Bezugsraum determiniert auch den Starttermin der Feldzeit von Mitte Februar 2022 an, wobei die letzte Ausgabe des zuletzt erschienenen Objekts noch die Gelegenheit haben musste, Leser einzusammeln.

3 Erhebungsmethode

3.1 Feldmodell

Der KiMMo 2022 wird nach einem rollierenden Feldmodell durchgeführt, bei dem jeweils zwei Befragungswellen zusammengefügt werden. Durch die Zusammenfassung der KiMMo-Wellen 2021 und 2022 ergibt sich ein ungewichteter Datenbestand von insgesamt 2.055 Fällen für die 6- bis 13-Jährigen und 548 Fällen für die Preschooler.

3.2 Befragungstyp

In dem KiMMo 2022 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.

Aufgrund der besonderen Situation im Rahmen der Corona-Pandemie bestand die Möglichkeit einen Laptop zugeschickt zu bekommen, um das Interview per Video-Interview durchzuführen. 55 Interviews wurden auf diese Weise 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. Zusätzlich wurde mit YUMMI erstmals eine kostenlose Kinderzeitschrift abgefragt. Ausgewiesen werden nur die Titel der Herausgeberverlage und Studienteilnehmer. 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 bzw. vier Ausgaben (beim neuen Titel "Power Magazin") 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 2022 untersuchten und ausgewiesenen Ausgaben

Titel	Verlag	Erscheinungs- weise	Preschool	Abgefragte Heft-Nummern
Barbie	Egmont Ehapa	monatlich	ja	2/21 bis 10/21, 1/22
Bob der Baumeister	Panini	monatlich	ja	1/21 bis 12/21
Dein Spiegel	Spiegel	monatlich	nein	3/21 bis 12/21, 1/22, 2/22
Disney Cars	Egmont Ehapa	6-wöchentlich	ja	1/21 bis 9/21
Disney Die Eiskönigin	Egmont Ehapa	monatlich	ja	1/21 bis 9/21, 12/21, 1/22
Disney Lustiges Taschenbuch	Egmont Ehapa	monatlich	ja	542 bis 553
Disney Prinzessin	Egmont Ehapa	monatlich	ja	2/21 bis 12/21, 1/22
Disney Winnie Puuh	Egmont Ehapa	monatlich	ja	2/21 bis 10/21, 1/22
Donald Duck Sonderheft	Egmont Ehapa	monatlich	ja	404 bis 415
Feuerwehrmann Sam	Panini	monatlich	ja	2/21 bis 13/21
Galileo genial	Egmont Ehapa	monatlich	ja	2/21 bis 10/21, 1/22
GEOlino	Gruner + Jahr	monatlich	nein	5/21 bis 13/21, 15/21, 1/22, 2/22
GEOlino Extra	Gruner + Jahr	2-monatlich	nein	87 bis 92
GEOlino mini	Gruner + Jahr	monatlich	ja	4/21 bis 13/21, 1/22, 2/22
Just Kick-It!	Panini	monatlich	ja	2/21 bis 12/21, 1/22, 2/22
LEGO Explorer	Egmont Ehapa	monatlich	ja	2/21 bis 12/21, 1/22
Mädchen	Egmont Ehapa	monatlich	nein	1/21 bis 10/21, 1/21, 2/22
MEIN ERSTES GEOLINO	Gruner + Jahr	2-monatlich	ja	1/21 bis 6/21, 1/22
Micky Maus Magazin	Egmont Ehapa	2-wöchentlich	ja	16/21 bis 26/21, 1/22
Paw Patrol	Panini	monatlich	ja	2/21 bis 13/21
Peppa Pig	Panini	monatlich	ja	1/21 bis 11/21, 1/22
Pokémon	Panini	monatlich	ja	161 bis 172
Popcorn	Egmont Ehapa	monatlich	nein	1/21 bis 10/21, 1/22, 2/22
Power Magazin	Egmont Ehapa	3-monatlich	ja	1/21 bis 4/21
Power Rangers	Egmont Ehapa	2-monatlich	ja	1/21 bis 6/21
Wendy	Egmont Ehapa	3-wöchentlich	ja	7/21 bis 17/21, 1/22
YUMMI	Edeka	2-monatlich	ja	2/21 bis 8/21, 1/22

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. Eine Ausnahme besteht beim neu abgefragten Titel "Power Magazin", der 3-monatlich erscheint.

3.5 Interview-Dauer

Die folgende Tabelle enthält Angaben zur Dauer der Interviews der KiMMo Welle 2022:

Dauer in Minuten	6-13 Jahre Kinder- C.A.P.I.-Interview	4-5 Jahre Gesamt- C.A.P.I.-Interview
bis 19 Minuten	5,0	1,5
20 bis 29 Minuten	24,1	30,1
30 bis 39 Minuten	40,9	42,8
40 bis 49 Minuten	22,2	17,8
50 bis 59 Minuten	5,6	4,8
60 Minuten und länger	2,2	3,0
Durchschnitt	31 Minuten	35 Minuten
Durchschnitt 6-13 Jahre Gesamt-C.A.P.I.- Interview	50 Minuten	

4 Durchführung der Untersuchung

4.1 Zeitlicher Ablauf

Erstellung der Fragebögen	November bis Dezember 2021
Programmierung der Fragebogen-Software	Dezember 2021 bis Februar 2022
Feldzeit Welle 2021	17. Februar bis 04. April 2021
Feldzeit Welle 2022	16. Februar bis 31. März 2022
Datenaufbereitung	April bis Mai 2022
Redressement	April 2022
Aktualisierungsfusionen	Mai 2022
Codeplan-Konzeption	Juni 2022
Erstellung des Berichtsbandes	Juni bis Juli 2022
Bereitstellung des Datensatzes	Juni 2022

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 2022

	6 bis 13 Jahre				Preschool 4 bis 5 Jahre			
	Soll 1.000		Ist 1.032		Soll 250		Ist 270	
Geschlecht								
männlich	514	51%	534	52%	128	51%	136	50%
weiblich	486	49%	498	48%	122	49%	134	50%
Alter								
4 Jahre	-	-%	-	-%	126	50%	131	49%
5 Jahre	-	-%	-	-%	124	50%	139	51%
6 Jahre	126	13%	130	13%	-	-%	-	-%
7 Jahre	125	13%	119	12%	-	-%	-	-%
8 Jahre	123	12%	130	13%	-	-%	-	-%
9 Jahre	126	13%	128	12%	-	-%	-	-%
10 Jahre	124	12%	126	12%	-	-%	-	-%
11 Jahre	127	13%	134	13%	-	-%	-	-%
12 Jahre	126	13%	132	13%	-	-%	-	-%
13 Jahre	123	12%	133	13%	-	-%	-	-%
Bundesland								
Schleswig-Holstein	35	4%	36	3%	8	3%	9	3%
Hamburg	22	2%	25	2%	6	2%	9	3%
Niedersachsen	97	10%	98	9%	24	10%	22	8%
Bremen	8	1%	8	1%	2	1%	4	1%
Nordrhein-Westfalen	218	22%	223	22%	55	22%	62	23%
Hessen	77	8%	78	8%	19	8%	18	7%
Rheinland-Pfalz	48	5%	50	5%	12	5%	13	5%
Baden-Württemberg	136	14%	137	13%	34	14%	35	13%
Bayern	156	16%	164	16%	39	16%	43	16%
Saarland	11	1%	9	1%	3	1%	3	1%
Berlin	44	4%	50	5%	12	5%	12	4%
Brandenburg	31	3%	31	3%	8	3%	9	3%
Mecklenburg-Vorpommern	19	2%	21	2%	5	2%	5	2%
Sachsen	49	5%	50	5%	12	5%	12	4%
Sachsen-Anhalt	24	2%	25	2%	6	2%	7	3%
Thüringen	25	3%	27	3%	6	2%	7	3%
Geschwister im Haushalt (4 bis 13 Jahre)								
ja	579	58%	554	54%	125	50%	137	51%
nein	421	42%	478	46%	125	50%	133	49%
Gemeindegrößenklasse (politisch)								
unter 50.000 Einwohner	603	60%	592	57%	146	58%	157	58%
50.000 - 100.000 Einwohner	88	9%	100	10%	22	9%	28	10%
100.000 - 500.000 Einwohner	146	15%	170	16%	38	15%	44	16%
500.000 und mehr Einwohner	163	16%	170	16%	44	18%	41	15%

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 am KiMMo 2022 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 das jeweilige Feldinstitut 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 2020 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 2.603.

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 2022	Amtliche Statistik	KiMMo 2022
Basis = 100%	5,99 Mio.	2.055 Fälle	1,60 Mio.	548 Fälle
Geschlecht				
Jungen	51,4	51,3	51,3	51,4
Mädchen	48,6	48,7	48,7	48,6
Alter				
4 Jahre	-	-	50,8	50,8
5 Jahre	-	-	49,2	49,2
6 Jahre	12,9	12,9	-	-
7 Jahre	12,5	12,5	-	-
8 Jahre	12,5	12,5	-	-
9 Jahre	12,2	12,2	-	-
10 Jahre	12,5	12,5	-	-
11 Jahre	12,3	12,3	-	-
12 Jahre	12,6	12,6	-	-
13 Jahre	12,5	12,5	-	-
Bundesland				
Schleswig-Holstein	3,5	3,3	3,3	3,5
Hamburg	2,2	2,4	2,4	2,2
Niedersachsen	9,7	9,5	9,5	9,7
Bremen	0,8	0,8	0,8	0,8
Nordrhein-Westfalen	21,8	21,8	21,8	21,8
Hessen	7,7	7,7	7,7	7,7
Rheinland-Pfalz	4,8	4,9	4,9	4,9
Baden-Württemberg	13,6	13,6	13,6	13,6
Bayern	15,6	15,9	15,9	15,6
Saarland	1,1	1,0	1,0	1,1
Berlin	4,4	4,7	4,7	4,4
Brandenburg	3,1	2,9	2,9	3,1
Mecklenburg-Vorpommern	1,9	1,8	1,8	1,9
Sachsen	4,9	4,8	4,8	4,9
Sachsen-Anhalt	2,5	2,3	2,3	2,5
Thüringen	2,5	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 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 2-wöchentlichen, 3-wöchentlichen und Monatstiteln. Bei Titeln, die 6-wöchentlich erscheinen, sind es 9, bei Titeln, die 2-monatlich erscheinen, 6 Ausgaben und bei Titeln, die 3-monatlich erscheinen, 4 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 2022 entspricht den Vorgaben der Europäischen Norm *EN 15707:2008: Printmedienanalysen - Begriffe und Dienstleistungen*.

Codepläne

KiMMo 2022

CODEPLAN

KiMMo 2022

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

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Ich nenne Dir nun ein paar Dinge, die man in seiner Freizeit machen kann. Sage mir bitte zu jedem, ob Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie machst.

INT.: FREIZEITTÄTIGKEITEN AUS DEM SCHEMA VORLESEN UND ZU JEDER DIE ANTWORT MARKIEREN!

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
ein eigenes Instrument spielen/ Musizieren.....	☐ 340 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Sport treiben.....	☐ 341 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
im Freien spielen.....	☐ 342 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Freund:innen zusammen sein	☐ 343 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
etwas zusammen mit der Familie machen (z.B. spielen, Ausflüge)	☐ 344 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
ins Kino gehen	☐ 388 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
sich mit Tieren beschäftigen, füttern, pflegen	☐ 345 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Reiten	☐ 394 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Kochen/ Backen.....	☐ 348 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Malen, Zeichnen, Basteln, Handarbeiten	☐ 346 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Verkleiden	☐ 395 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Puzzeln.....	☐ 347 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
sich mit Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen) beschäftigen	☐ 354 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Sammeln, mit einer Sammlung beschäftigen	☐ 350 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen/ Stofftieren spielen	☐ 351 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Actionfiguren (z.B. Power Rangers, Star Wars, Batman) spielen	☐ 352 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich) spielen.....	☐ 353 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Gesellschaftsspiele spielen (z.B. Brettspiele, Kartenspiele)	☐ 349 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Bücher oder Spielbretter, die mithilfe eines Gerätes um Geräusche oder Gesprochenes erweitert werden, z.B. Hörstifte wie TipToi oder BOOKii (Interaktive Lernspiele)	☐ 398 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Spielzeug oder -Bücher, bei denen das Gebaute oder die Geschichten mit einer App am Bildschirm zum Leben erweckt werden, wie z.B. LEGO Hidden Side oder SuperBuch (Augmented Reality)	☐ 399 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit tragbarer Konsole (z.B. Nintendo Switch) spielen	☐ 391 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit einer Spielekonsole am Fernseher (z.B. PlayStation oder Xbox) spielen	☐ 392 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
am Smartphone oder Tablet spielen	☐ 396 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
am PC/ Laptop spielen.....	☐ 397 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
im Internet surfen/ nach Sachen suchen, die interessieren	☐ 389 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
ausruhen/ nichts tun, chillen.....	☐ 355 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

7

FALLS IN FRAGE 5 mit tragbarer Konsole (z.B. Nintendo Switch) spielen, mit einer Spielekonsole am Fernseher (z.B. PlayStation oder Xbox) spielen, am Smartphone oder Tablet spielen, am PC/ Laptop spielen mind. selten:

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Du hast gesagt, dass du in deiner Freizeit gerne Spiele per Konsole, Computer, Tablet oder Smartphone spielst. Welche von diesen Spielen spielst du denn?

INT.: VORGABEN VORLESEN! MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH!

Minecraft	☐	2815 1
Fortnite	☐	2817 1
Roblox	☐	2819 1
Super Mario Spiele	☐	2821 1
Animal Crossing	☐	2823 1
Brawl Stars	☐	2825 1
Pokémon Spiele	☐	2827 1
LEGO Spiele	☐	2829 1
Barbie Spiele	☐	2831 1
Just Dance Spiele	☐	2833 1
TOGGO Spiele	☐	2835 1
Toggolino Spiele	☐	2837 1
KiKA Spiele	☐	2839 1
Nickelodeon Spiele	☐	2841 1
MovieStarPlanet	☐	2843 1
Star Stable	☐	2845 1
Andere	☐	2847 1
keine Angabe	☐	2849 9

9

Wenn du an Videospiele und ans Zocken denkst: Welche der folgenden Aussagen treffen auf dich zu?

	ja	nein	keine Angabe
Online mit anderen oder gegen andere Spieler:innen spielen	☐ 2856 1	☐ 2	☐ 9
Mit Freund:innen oder anderen Spielern übers Headset sprechen	☐ 2857 1	☐ 2	☐ 9
Über den Chat im Spiel mit anderen Spieler:innen schreiben.	☐ 2858 1	☐ 2	☐ 9
Im Spiel für Geld zusätzliche Sachen kaufen oder freischalten, wie z.B. Anziehsachen, Fähigkeiten, neue Level.	☐ 2859 1	☐ 2	☐ 9
E-Sport-Turniere oder Ligaspiele verfolgen, also Wettbewerbe bei denen Einzelne oder Teams gegeneinander spielen.	☐ 2860 1	☐ 2	☐ 9
Let's Plays anschauen, also Videos in denen andere Spieler:innen zeigen wie sie spielen.	☐ 2861 1	☐ 2	☐ 9
Im Livestream zuschauen, wie andere Spieler:innen spielen.	☐ 2862 1	☐ 2	☐ 9
Videospiele zusammen mit meinen Eltern spielen	☐ 2863 1	☐ 2	☐ 9
Zeitschriften oder Bücher über Spiele bzw. zum Thema Spiele lesen.	☐ 2864 1	☐ 2	☐ 9
Virtuelle Konzerte in einem Spiel besuchen, wie z.B. Ariana Grande in Fortnite.	☐ 2865 1	☐ 2	☐ 9

10

INT.: LISTE B 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.

Wenn Du Dir in Deiner Freizeit Serien, Filme oder Videos anschaust, machst Du das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) 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?

	(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 Mediatheken oder Apps von Fernsehsendern	☐ 1107 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. Netflix, Disney+ oder Amazon Prime Video	☐ 1110 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Apps, in denen kurze Videos geteilt werden wie z.B. TikTok, Snapchat oder Instagram	☐ 1175 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit DVDs/ Blu-rays/ auf Festplatte aufgenommen	☐ 1108 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

11

FALLS IN FRAGE 10 Mediatheken, Video-, Streamingdienste oder Apps MINDESTENS SELTEN ODER KEINE ANGABE INT.: LISTE B VORLEGEN!

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 ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) 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?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
Amazon Prime Video	☐ 1142 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Disney+	☐ 1143 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
KiKA-Player	☐ 1144 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Netflix	☐ 1145 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Nickelodeon Play	☐ 1146 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
TOGGO	☐ 1147 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Toggolino	☐ 1148 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
RTL+ (früher TVNOW)	☐ 1149 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
TikTok	☐ 1176 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Twitch	☐ 1150 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
YouTube	☐ 1151 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
YouTube Kids	☐ 1152 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
ZDFtivi	☐ 1153 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

12

INT.: LISTE C 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	keine Angabe
Musik	☐ ¹¹¹¹ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
laufende Kinderradiosender (z.B. auf Toggo Radio, Radio Teddy) bzw. -programme (z. B. KiRaKa, Kakadu, Mikado)	☐ ¹¹¹² ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
Hörbücher (also vorgelesene Bücher mit einem Vorleser)	☐ ¹¹¹³ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
Hörspiele (also Geschichten mit Geräuschen und mehreren Sprechern)	☐ ¹¹¹⁴ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
Podcasts (also Hör-Inhalte zu verschiedenen Themen, die man auch abonnieren kann und bei denen es regelmäßig neue Folgen gibt)	☐ ¹¹¹⁵ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉

13

FALLS ETWAS IN FRAGE 12 MINDESTENS SELTEN GEMACHT WURDE ODER KEINE ANGABE**INT.: LISTE C VORLEGEN!**

Wenn Du in Deiner Freizeit diese Sachen hörst: Hörst Du dann über das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) ? Wenn ja, wie oft hörst Du darüber?

Machst Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
Radio, Autoradio	☐ ¹¹¹⁶ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
Smartphone, Tablet	☐ ¹¹¹⁷ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
Geräte wie Alexa, Google Home	☐ ¹¹⁵⁴ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
Geräte wie Toniebox, V-Story oder tigerbox	☐ ¹¹⁵⁵ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
CD-Spieler, Musikanlage	☐ ¹¹⁵⁶ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
Fernseher	☐ ¹¹⁵⁷ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
PC/ Laptop	☐ ¹¹⁵⁸ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉
MP3-Player	☐ ¹¹⁵⁹ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₉

14

INT.: LISTE C VORLEGEN!Zuletzt zum Thema Lesen.

Liest oder schaut 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 auf Bildschirm (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

15

FALLS IN FRAGE 14 MINDESTENS EIN ITEM MINDESTENS SELTEN:
 NUR ITEMS, DIE IN FRAGE 14 MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDEN:
 INT.: LISTE C 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

16

FALLS IN FRAGE 14 MINDESTENS EIN ITEM MINDESTENS SELTEN:
 NUR ITEMS, DIE IN FRAGE 14 MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDEN:
 INT.: LISTE C VORLEGEN!

Sage mir jetzt bitte, wie oft Du das gerade genannte in Deiner Freizeit auf Bildschirm (also z.B. auf dem E-Book-Reader) liest oder anschaust.

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

<u>auf Bildschirm</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

19 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
GEOLINO MINI		2563-2565
Just Kick-it!		2569-2571
LEGO Explorer		2566-2568
Mädchen		2644-2646
MEIN ERSTES GEOLINO		2665-2667
Micky Maus - Magazin		2584-2586
Paw Patrol		2629-2631
Peppa Pig		2662-2664
Pokémon		2653-2655
Popcorn		2656-2658
Power Magazin		2668-2670
Power Rangers		2671-2673
Wendy		2608-2610
Winnie Puuh		2611-2613
YUMMI		2602-2604

23

INT.: LISTE C VORLEGEN!

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, ob das zutrifft, nur teilweise zutrifft, weil es zum Beispiel nur für ganz bestimmte Zeitschriften gilt, oder ob es nicht zutrifft.

	trifft zu	trifft teilweise zu	trifft nicht zu	keine Angabe
Ich lese/ blättere die Zeitschriften meist vollständig durch.....	☐ 475 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich lese/ blättere in den Zeitschriften immer mal wieder.....	☐ 476 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich lese/ blättere in den Zeitschriften zusammen mit Anderen.	☐ 477 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich sammle die Zeitschriften, bewahre sie auf.	☐ 478 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich gebe die Zeitschriften an Andere weiter.	☐ 479 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Wenn ich Zeitschriften lese, höre oder schaue ich nebenbei keine anderen Sachen.....	☐ 480 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich habe das Gefühl, dass ich von Zeitschriften oft etwas Interessantes lerne.....	☐ 487 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich mache bei Rätseln und Gewinnspielen von Zeitschriften mit.	☐ 488 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Mich begeistern die Figuren, Helden und Geschichten in Zeitschriften.	☐ 513 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9

26

INT.: LISTE D VORLEGEN!

Wie tauschst Du Dich mit Deinen Freunden aus?

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, Audiochat (ohne dass man die andere Person sieht)	☐ 1255 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Telefonieren per Videochat (so dass man die andere Person sieht)	☐ 1256 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Textnachrichten schreiben (z.B. WhatsApp, SMS, E-Mail)	☐ 1251 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Briefe, Postkarten schreiben	☐ 1252 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Sprachnachrichten schicken	☐ 1253 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Videonachrichten schicken.....	☐ 1257 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Bilder, Status posten.....	☐ 1254 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9

27

INT.: LISTE D VORLEGEN!

Denke bitte mal an Werbung für Dinge, die Dich interessieren.

Wie gefällt Dir solche Werbung, wenn Du sie in/im/auf ... (MEDIUM NENNEN) siehst/ hörst/ liest?

	sehr gut	gut	nicht so gut	gar nicht gut	keine Angabe	Werbung dort kennt Kind nicht
Kinder- und Jugend-Zeitschriften	☐ 813 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 9	☐ 5
Fernsehen, Mediatheken und Streaming-Dienste	☐ 814 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 9	☐ 5
soziale Netzwerke.....	☐ 815 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 9	☐ 5
YouTube	☐ 816 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 9	☐ 5
Hörmedien wie Radio und Podcasts	☐ 817 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 9	☐ 5

28

INT.: LISTE D VORLEGEN!Werbung gibt es bei vielen Diensten. Kennst Du ... (*DIENTST NENNEN*) und wenn ja, wie gefällt Dir da die Werbung?

	gut	nicht gut	keine Angabe	kenne Dienst nicht	Werbung dort kenne ich nicht
Youtube	☐ 568 1	☐ 2	☐ 9	☐ 4	☐ 3
Spotify	☐ 569 1	☐ 2	☐ 9	☐ 4	☐ 3
Instagram	☐ 570 1	☐ 2	☐ 9	☐ 4	☐ 3
Snapchat	☐ 571 1	☐ 2	☐ 9	☐ 4	☐ 3
Facebook	☐ 572 1	☐ 2	☐ 9	☐ 4	☐ 3
TikTok	☐ 573 1	☐ 2	☐ 9	☐ 4	☐ 3

29

Was hältst Du von Werbung in Zeitschriften für Dinge, die Dich interessieren?

Ich lese Dir jetzt ein paar Meinungen vor. Und Du antwortest mir bitte mit JA oder NEIN, je nach dem, ob das auf Dich zutrifft, wenn auch nur wenig, oder ob das nicht zutrifft.

INT.: ALLE MEINUNGEN EINZELN ABFRAGEN UND ANTWORTEN MARKIEREN!

	ja	nein	keine Angabe
Über Sachen aus der Werbung in Zeitschriften rede ich mit meinen Freunden.....	☐ 560 1	☐ 2	☐ 9
Ich kann meinen Eltern mit Hilfe der Werbung in Zeitschriften leicht erklären, warum ich die Sache haben will.	☐ 561 1	☐ 2	☐ 9
Durch die Werbung in Zeitschriften erfahre ich, was es alles Neues gibt.....	☐ 562 1	☐ 2	☐ 9
Werbung in Zeitschriften schaue ich mir gerne an.....	☐ 563 1	☐ 2	☐ 9
Ich habe schon häufiger im Internet nach Sachen gesucht, die ich vorher in der Werbung in Zeitschriften gesehen habe.....	☐ 564 1	☐ 2	☐ 9
Ich habe mir schon häufiger in Geschäften Sachen angeschaut, die ich vorher in der Werbung in Zeitschriften gesehen habe.....	☐ 565 1	☐ 2	☐ 9

30

INT.: LISTE E VORLEGEN!INT.: a), b) UND c) FÜR ALLE GEGENSTÄNDE EINZELN ABFRAGEN!a) Besitzt Du einen eigenen ... (*GEGENSTAND AUS SCHEMA NENNEN*)?b) Kannst Du im Haushalt ... (*GEGENSTAND AUS SCHEMA NENNEN*) mitbenutzen?c) Wünschst Du Dir einen eigenen/ ein eigenes ... (*GEGENSTAND AUS SCHEMA NENNEN*), auch wenn Du das schon hast?INT.: MEHRFACHNENNUNGEN IN DEN ZEILEN MÖGLICH.

	Kind besitzt selbst	Kind kann mitbenut- zen	Kind wünscht sich	keine Angabe
Fernseher	☐ 700 1	☐ 701 1	☐ 702 1	☐ 704 9
Computer, Laptop	☐ 705 1	☐ 706 1	☐ 707 1	☐ 709 9
Tablet (z.B. iPad)	☐ 710 1	☐ 711 1	☐ 712 1	☐ 714 9
Spielekonsole (z.B. PlayStation, Wii, Xbox)	☐ 720 1	☐ 721 1	☐ 722 1	☐ 724 9
tragbare Konsole (z.B. Nintendo Switch)	☐ 725 1	☐ 726 1	☐ 727 1	☐ 729 9
Spiele/ Games für tragbare Konsole/ Spielekonsole am Fernseher	☐ 730 1	☐ 731 1	☐ 732 1	☐ 734 9
Smartphone	☐ 735 1	☐ 736 1	☐ 737 1	☐ 739 9
Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich)	☐ 755 1	☐ 756 1	☐ 757 1	☐ 759 9
Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	☐ 760 1	☐ 761 1	☐ 762 1	☐ 764 9
Puzzle	☐ 765 1	☐ 766 1	☐ 767 1	☐ 769 9
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich, Pokemon)	☐ 770 1	☐ 771 1	☐ 772 1	☐ 774 9
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	☐ 775 1	☐ 776 1	☐ 777 1	☐ 779 9
Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen	☐ 780 1	☐ 781 1	☐ 782 1	☐ 784 9
Gesellschafts-/ Kartenspiele	☐ 790 1	☐ 791 1	☐ 792 1	☐ 794 9
Geräte wie Alexa oder Google Home (Smartspeaker/ Sprachassistenten)/ Toniebox & Tonies	☐ 800 1	☐ 801 1	☐ 802 1	☐ 804 9

32

FALLS KIND/ JUGENDLICHER SMARTPHONE ODER TABLET BESITZT/ MITBENUTZT/ KEINE ANGABE

INT.: LISTE E VORLEGEN!

Du hast gesagt, Du besitzt ein Smartphone oder Tablet oder kannst es mitbenutzen. Welche der folgenden Apps benutzt Du?

INT.: JEDE ANTWORT ABFRAGEN. MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

	Facebook	☐	1260 1
	Facebook Messenger	☐	1269 1
	WhatsApp	☐	1261 1
	Snapchat	☐	1262 1
	Instagram	☐	1263 1
	TikTok	☐	1270 1
	Telegram	☐	1271 1
	Signal	☐	1275 1
	Skype	☐	1264 1
	Zoom	☐	1273 1
	Teams	☐	1274 1
	Facetime	☐	1265 1
	andere Apps	☐	1266 1
	Kind nutzt keine Apps	☐	1267 1
	keine Angabe	☐	1268 9

33

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
Spielzeug	☐ 830 1	☐ 2	☐ 9
Schulsachen, Stifte, Füller	☐ 831 1	☐ 2	☐ 9
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	☐ 832 1	☐ 2	☐ 9
Handy/ Smartphone	☐ 833 1	☐ 2	☐ 9
Spielekonsolen, tragbare Konsolen	☐ 834 1	☐ 2	☐ 9
Kleidung, Anziehsachen	☐ 835 1	☐ 2	☐ 9
Sportschuhe, Sneaker	☐ 836 1	☐ 2	☐ 9
Essen und Trinken	☐ 841 1	☐ 2	☐ 9

34

INT.: LISTE F VORLEGEN!

Jetzt geht es um das Thema Nachhaltigkeit bzw. Umwelt- und Tierschutz. Treffen die folgenden Aussagen auf Dich zu, auch wenn das nur manchmal zutrifft?

Trifft die Aussage zu oder trifft sie nicht zu oder weißt du es nicht?

	trifft zu	trifft nicht zu	weiß nicht	keine Angabe
Wir kaufen/ verwenden zuhause Bio-Produkte.	☐ 1504 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich versuche Plastik zu vermeiden.	☐ 1520 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich finde Produkte mit umweltfreundlicher Verpackung besser (z.B. Joghurt im Glas)	☐ 1521 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich werfe Glasflaschen in den Recyclingcontainer	☐ 1522 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich trenne den Müll richtig (nach Pappe, gelbem Müll, Restmüll)	☐ 1502 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich schaue bei unseren Lebensmitteln zuhause, ob sie BIO sind.	☐ 1523 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich versuche weniger Fleisch zu essen	☐ 1524 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich ernähre mich vegetarisch oder vegan	☐ 1505 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich fahre so viele Wege wie möglich mit dem Fahrrad oder gehe zu Fuß	☐ 1525 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Beim Zähne putzen drehe ich den Wasserhahn zu	☐ 1526 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Wenn ich aus dem Zimmer gehe, schalte ich das Licht aus	☐ 1527 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Wir reden in der Familie über Umweltschutz	☐ 1528 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich mache mir Sorgen wegen des Klimawandels	☐ 1500 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9

36

INT.: LISTE G VORLEGEN!

In der Zeit, in der es aufgrund von Corona Einschränkungen gab: Was hast Du da vermisst? Und wie sehr hast Du das vermisst?

	sehr vermisst	etwas vermisst	nicht vermisst	keine Angabe
ins Kino gehen	☐ 1540 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
in den Freizeitpark (z.B. Legoland, Europapark, Heidepark) gehen	☐ 1541 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Shows, Konzerte oder Musical besuchen	☐ 1542 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Mit Freund:innen treffen und gemeinsam spielen .	☐ 1543 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Verreisen	☐ 1544 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Meinen Geburtstag/ Feste feiern mit meinen Freund:innen	☐ 1545 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Sport in meinem Verein/ Club	☐ 1546 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
ins Schwimmbad/ Freibad gehen	☐ 1547 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Shoppen/ in der Stadt bummeln	☐ 1548 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Auf die Kirmes/ zu Stadtfesten gehen	☐ 1549 1	☐ 2	☐ 3	☐ 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
GEOLINO MINI		☐ 1322 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Just Kick-it!		☐ 1324 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
LEGO Explorer		☐ 1357 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Mädchen		☐ 1349 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
MEIN ERSTES GEOLINO		☐ 1360 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Micky Maus - Magazin		☐ 1329 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
Power Magazin		☐ 1361 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Power Rangers		☐ 1362 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Wendy		☐ 1337 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Winnie Puuh		☐ 1338 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
YUMMI		☐ 1359 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

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.

MEHRFACHNENNUNGEN IN DEN ZEILEN MÖGLICH.

	trifft zu auf						
	Kinder- und Jugend- Zeitschriften	Fernsehen, Mediathe- ken und Streaming- Dienste	soziale Netzwerke	YouTube	Hörmedien wie Radio und Podcasts	keins dieser Medien	keine Angabe
Mein Kind kann etwas lernen.	☐ 885 1	☐ 886 1	☐ 887 1	☐ 888 1	☐ 889 1	☐ 890 1	☐ 987 9
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	☐ 897 1	☐ 898 1	☐ 899 1	☐ 900 1	☐ 901 1	☐ 902 1	☐ 989 9
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	☐ 909 1	☐ 910 1	☐ 911 1	☐ 912 1	☐ 913 1	☐ 914 1	☐ 991 9
Mein Kind hat Spaß und Freude daran. ...	☐ 921 1	☐ 922 1	☐ 923 1	☐ 924 1	☐ 925 1	☐ 926 1	☐ 993 9
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	☐ 927 1	☐ 928 1	☐ 929 1	☐ 930 1	☐ 931 1	☐ 932 1	☐ 994 9
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	☐ 933 1	☐ 934 1	☐ 935 1	☐ 936 1	☐ 937 1	☐ 938 1	☐ 995 9
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	☐ 939 1	☐ 940 1	☐ 941 1	☐ 942 1	☐ 943 1	☐ 944 1	☐ 996 9
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	☐ 951 1	☐ 952 1	☐ 953 1	☐ 954 1	☐ 955 1	☐ 956 1	☐ 998 9
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	☐ 957 1	☐ 958 1	☐ 959 1	☐ 960 1	☐ 961 1	☐ 962 1	☐ 999 9
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	☐ 981 1	☐ 982 1	☐ 983 1	☐ 984 1	☐ 985 1	☐ 986 1	☐ 1001 9
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	☐ 969 1	☐ 970 1	☐ 971 1	☐ 972 1	☐ 973 1	☐ 974 1	☐ 1002 9

INT.: LISTE H VORLEGEN!

Wenn Sie an diese Medien denken, wie schätzen Sie die Medienkompetenz **des befragten Kindes/ des befragten Jugendlichen** hinsichtlich folgender Merkmale ein?

Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen an, wie sehr sie zutreffen.

	trifft zu	trifft teilweise zu	trifft nicht zu	keine Angabe
Mein Kind fühlt sich gut aufgehoben bei Medienangeboten, die speziell für Kinder gemacht sind.	☐ 1590 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Auf der Suche nach Wohlfühl-Momenten greift mein Kind gerne auf vertraute Kinder-Medienangebote zurück.	☐ 1591 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Gedruckte Medien (z.B. Kinderzeitschriften und/oder Kinderbücher) sind wichtig für die kindliche Mediennutzung.	☐ 1592 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Bildschirm-Medien (z.B. Fernsehsendungen) sind wichtig für die kindliche Mediennutzung.	☐ 1593 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Medienangebote, die generell auf Kinder ausgerichtet sind (z.B. Kinder-Fernsehsender, Kinder-Zeitschriften) muss ich nicht extra kontrollieren.	☐ 1594 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Es ist wichtig, dass mein Kind selbstständig Medienkompetenz erlernt, deshalb halte ich mich bei dem Thema zurück.	☐ 1595 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Die Vorstellungen über die Mediennutzung sind bei meinem Kind und uns Eltern häufig unterschiedlich. Das führt zu Diskussionen innerhalb der Familie.	☐ 1596 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich mache mir oft Sorgen, dass mein Kind für sein Alter ungeeignete Medieninhalte sieht/hört/spielt.	☐ 1597 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Die schulische Nutzung von digitalen Medien führt dazu, dass mein Kind diese auch mehr in der Freizeit nutzt.	☐ 1598 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9

51

Wie viel Euro haben Sie in den letzten 12 Monaten schätzungsweise für ... (EINZELN ABFRAGEN) für **das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen** ausgegeben?

INT.: GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENENFALLS RUNDEN! KEINE ANGABE = 99.

klassisches Spielzeug		670-673
elektronisches Spielzeug (z.B. Spiel- und Lernsoftware für den PC, Spielekonsolen, tragbare Konsolen)		674-677
Bekleidung, Schuhe		678-681
Schulsachen		682-685
Zeitschriften		686-689
Bücher		690-693
Freizeitparks, Events, Shows, Bäder, Klettergarten u.Ä.		694-697

52

Was darf **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** alles?

Darf **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** ... ?

INT.: VORGABEN VORLESEN UND ZU JEDER DIE ANTWORT MARKIEREN!

	ja	nein	keine Angabe
sein Taschengeld in vollem Umfang selbständig ausgeben	☐ 1005 1	☐ 2	☐ 9
bei Lebensmitteleinkäufen für den Haushalt mitentscheiden	☐ 1006 1	☐ 2	☐ 9
sich so kleiden/ stylen, wie es ihm gefällt	☐ 1007 1	☐ 2	☐ 9
selbst bestimmen, wie sein Zimmer eingerichtet ist	☐ 1009 1	☐ 2	☐ 9
allein ohne Aufsicht im Internet surfen/ Apps nutzen	☐ 1010 1	☐ 2	☐ 9
selbst bestimmen, welche Bücher/ Zeitschriften es liest	☐ 1011 1	☐ 2	☐ 9
selbst bestimmen, welche Fernsehsendungen es sieht	☐ 1012 1	☐ 2	☐ 9
selbst bestimmen, welche Apps auf dem Smartphone/ Tablet es nutzt	☐ 1013 1	☐ 2	☐ 9
mitbestimmen, was die Familie gemeinsam unternimmt	☐ 1014 1	☐ 2	☐ 9
die Urlaubsaktivität mitbestimmen	☐ 1015 1	☐ 2	☐ 9
beim Kauf von Unterhaltungselektronik/ Computern Einfluss nehmen	☐ 1016 1	☐ 2	☐ 9

49

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.

Spielzeug	☐ 855 1
Schulsachen, Stifte, Füller	☐ 856 1
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	☐ 857 1
Handy/ Smartphone	☐ 858 1
Spielekonsolen, tragbare Konsolen	☐ 859 1
Kleidung, Anziehsachen	☐ 860 1
Sportschuhe, Sneaker	☐ 861 1
Essen und Trinken	☐ 866 1
nichts davon/ keine Angabe	☐ 867 9

INT.: LISTE H VORLEGEN!

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?

INT.: MEHRFACHNENNUNGEN IN DEN ZEILEN MÖGLICH.

	Befragter informiert sich ...						
	beim Kind selbst	in der Familie/ bei Freunden	im Geschäft	durch die Werbung	woanders	wird nicht gekauft	keine Angabe
Bekleidung	☐ 1030 1	☐ 1031 1	☐ 1032 1	☐ 1033 1	☐ 1035 1	☐ 1036 1	☐ 1037 9
Schuhe	☐ 1038 1	☐ 1039 1	☐ 1040 1	☐ 1041 1	☐ 1043 1	☐ 1044 1	☐ 1045 9
Lebensmittel	☐ 1046 1	☐ 1047 1	☐ 1048 1	☐ 1049 1	☐ 1051 1	☐ 1052 1	☐ 1053 9
elektronische Geräte	☐ 1054 1	☐ 1055 1	☐ 1056 1	☐ 1057 1	☐ 1059 1	☐ 1060 1	☐ 1061 9
klassisches Spielzeug	☐ 1062 1	☐ 1063 1	☐ 1064 1	☐ 1065 1	☐ 1067 1	☐ 1068 1	☐ 1069 9
Sportausrüstung	☐ 1070 1	☐ 1071 1	☐ 1072 1	☐ 1073 1	☐ 1075 1	☐ 1076 1	☐ 1077 9
Körperpflege, Kosmetik	☐ 1078 1	☐ 1079 1	☐ 1080 1	☐ 1081 1	☐ 1083 1	☐ 1084 1	☐ 1085 9

54

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

55

Sind Sie alleinerziehend?

ja ☐ 101
1
nein ☐ 2
keine Angabe ☐ 9

56

Wie alt sind Sie?

INT.: BITTE ALTER EINGEBEN!

Alter 110-111

57

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

58

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

59

Hat **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** ein eigenes Zimmer für sich allein?

ja ☐ ²⁰¹₁
 nein ☐ ₂
 keine Angabe ☐ ₉

61

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

ja, ich bin der Hauptverdiener ☐ ¹⁷⁷₁
 nein ☐ ₂
 keine Angabe ☐ ₉

62

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

ja, ich bin die haushaltsführende Person ☐ ¹⁷⁸₁
 nein ☐ ₂
 keine Angabe ☐ ₉

63

FALLS FRAGE 61 = JA UND FRAGE 62 = KEINE ANGABE ODER FRAGE 61 = NEIN UND FRAGE 62 = NEIN ODER = KEINE ANGABE ODER Frage 61 = KEINE ANGABE:

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

ja ☐ ¹⁷⁹₁
 nein ☐ ₂
 keine Angabe ☐ ₉

64

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 ☐ ¹⁸⁷₁
 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

65

Ist der Hauptverdiener berufstätig?

berufstätig ☐ ¹⁸⁸₁
 zurzeit arbeitslos ☐ ₂
 Rentner, Pensionär ☐ ₃
 in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student ☐ ₄
 nicht berufstätig ☐ ₅
 keine Angabe ☐ ₉

66

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

Selbstständige/ Freiberufler ☐ ¹⁸⁹₁
 Leitende Angestellte ☐ ₂
 sonstige Angestellte ☐ ₃
 Beamte ☐ ₄
 Arbeiter ☐ ₅
 keine Angabe ☐ ₉

67

FALLS HV GLEICH HHF, SPRINGE ZU FRAGE 70:

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

68

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

69

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

70

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

71

INT.: LISTE H 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

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Kinder können sich mit folgenden Dingen in ihrer Freizeit beschäftigen. Bitte sagen Sie mir zu jedem, ob **Ihr Kind** das in seiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie macht.

INT.: FREIZEITTÄTIGKEITEN AUS DEM SCHEMA VORLESEN UND ZU JEDER DIE ANTWORT MARKIEREN!

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
ein eigenes Instrument spielen/ Musizieren.....	☐ 340 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Sport treiben.....	☐ 341 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
im Freien spielen.....	☐ 342 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Freund:innen zusammen sein	☐ 343 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
etwas zusammen mit der Familie machen (z.B. spielen, Ausflüge)	☐ 344 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
ins Kino gehen	☐ 388 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
sich mit Tieren beschäftigen, füttern, pflegen	☐ 345 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Reiten	☐ 394 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Kochen/ Backen.....	☐ 348 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Malen, Zeichnen, Basteln, Handarbeiten	☐ 346 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Verkleiden	☐ 395 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Puzzeln.....	☐ 347 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
sich mit Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen) beschäftigen	☐ 354 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Sammeln, mit einer Sammlung beschäftigen	☐ 350 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen/ Stofftieren spielen	☐ 351 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Actionfiguren (z.B. Power Rangers, Star Wars, Batman) spielen	☐ 352 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich) spielen.....	☐ 353 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Gesellschaftsspiele spielen (z.B. Brettspiele, Kartenspiele)	☐ 349 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Bücher oder Spielbretter, die mithilfe eines Gerätes um Geräusche oder Gesprochenes erweitert werden, z.B. Hörstifte wie TipToi oder BOOKii (Interaktive Lernspiele)	☐ 398 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Spielzeug oder -Bücher, bei denen das Gebaute oder die Geschichten mit einer App am Bildschirm zum Leben erweckt werden, wie z.B. LEGO Hidden Side oder SuperBuch (Augmented Reality)	☐ 399 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit tragbarer Konsole (z.B. Nintendo Switch) spielen	☐ 391 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit einer Spielekonsole am Fernseher (z.B. PlayStation oder Xbox) spielen	☐ 392 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
am Smartphone oder Tablet spielen	☐ 396 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
am PC/ Laptop spielen.....	☐ 397 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
im Internet surfen/ nach Sachen suchen, die interessieren	☐ 389 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
ausruhen/ nichts tun, chillen.....	☐ 355 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

6

FALLS IN FRAGE 4 mit tragbarer Konsole (z.B. Nintendo Switch) spielen, mit einer Spielekonsole am Fernseher (z.B. PlayStation oder Xbox) spielen, am Smartphone oder Tablet spielen, am PC/ Laptop spielen mind. selten:

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Du hast gesagt, dass du in deiner Freizeit gerne Spiele per Konsole, Computer, Tablet oder Smartphone spielst. Welche von diesen Spielen spielst du denn?

Sie haben angegeben, dass Ihr Kinder in der Freizeit gerne Konsole, Computer, Tablet oder Smartphone für Spiele nutzen. Bitte sagen Sie mir, mit welchen Spielen sich **Ihr Kind** gerne beschäftigt.

INT.: VORGABEN VORLESEN! MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH!

Roblox.....	☐	2819 1
Brawl Stars.....	☐	2825 1
Pokémon Spiele.....	☐	2827 1
LEGO Spiele.....	☐	2829 1
Barbie Spiele.....	☐	2831 1
Just Dance Spiele.....	☐	2833 1
TOGGO Spiele.....	☐	2835 1
Toggolino Spiele.....	☐	2837 1
KiKA Spiele.....	☐	2839 1
MovieStarPlanet.....	☐	2843 1
Star Stable.....	☐	2845 1
Andere.....	☐	2847 1
keine Angabe.....	☐	2849 9

8

INT.: LISTE B 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**.

Wenn **Ihr Kind** in seiner Freizeit Serien, Filme oder Videos anschaut, macht es das ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) 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?

	(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 Mediatheken oder Apps von Fernsehsendern.....	☐ 1107 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. Netflix, Disney+ oder Amazon Prime Video.....	☐ 1110 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit Apps, in denen kurze Videos geteilt werden wie z.B. TikTok, Snapchat oder Instagram.....	☐ 1175 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
mit DVDs/ Blu-rays/ auf Festplatte aufgenommen.....	☐ 1108 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

9

FALLS IN FRAGE 8 Mediatheken, Video-, Streamingdienste oder Apps MINDESTENS SELTEN ODER KEINE ANGABE
INT.: LISTE B VORLEGEN!

Und wenn **Ihr Kind** sich Serien, Filme oder Videos in seiner Freizeit anschaut, dann kann es das bei Mediatheken, Apps, Videodiensten und Streamingdiensten auf Abruf machen. Macht es das dann auch mit ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) und wenn ja, wie oft nutzt 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	keine Angabe
Amazon Prime Video	☐ 1142 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Disney+	☐ 1143 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
KiKA-Player	☐ 1144 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Netflix	☐ 1145 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Nickelodeon Play	☐ 1146 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
TOGGO	☐ 1147 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Toggolino	☐ 1148 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
RTL+ (früher TVNOW)	☐ 1149 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
TikTok	☐ 1176 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Twitch	☐ 1150 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
YouTube	☐ 1151 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
YouTube Kids	☐ 1152 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
ZDFtivi	☐ 1153 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

10

INT.: LISTE C 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	keine Angabe
Musik	☐ 1111 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
laufende Kinderradiosender (z.B. auf Toggo Radio, Radio Teddy) bzw. -programme (z. B. KiRaKa, Kakadu, Mikado)	☐ 1112 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Hörbücher (also vorgelesene Bücher mit einem Vorleser)	☐ 1113 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Hörspiele (also Geschichten mit Geräuschen und mehreren Sprechern)	☐ 1114 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Podcasts (also Hör-Inhalte zu verschiedenen Themen, die man auch abonnieren kann und bei denen es regelmäßig neue Folgen gibt)	☐ 1115 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

11

FALLS ETWAS IN FRAGE 10 MINDESTENS SELTEN GEMACHT WURDE ODER KEINE ANGABE

INT.: LISTE C VORLEGEN!

Wenn **Ihr Kind** diese Sachen in seiner Freizeit hört, kann es verschiedene Geräte dafür nutzen. Nutzt es ... (ITEM AUS LISTE NENNEN) dafür 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?

	(fast) jeden Tag	mehrmals pro Woche	etwa einmal pro Woche	seltener	nie	keine Angabe
Radio, Autoradio	☐ 1116 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Smartphone, Tablet	☐ 1117 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Geräte wie Alexa, Google Home	☐ 1154 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Geräte wie Toniebox, V-Story oder tigerbox	☐ 1155 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
CD-Spieler, Musikanlage	☐ 1156 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
Fernseher	☐ 1157 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
PC/ Laptop	☐ 1158 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9
MP3-Player	☐ 1159 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 9

12

INT.: LISTE C 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 auf Bildschirm (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

13

FALLS IN FRAGE 12 MINDESTENS EIN ITEM MINDESTENS SELTEN:

NUR ITEMS, DIE IN FRAGE 12 MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDEN:

INT.: LISTE C 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

14

FALLS IN FRAGE 12 MINDESTENS EIN ITEM MINDESTENS SELTEN:

NUR ITEMS, DIE IN FRAGE 12 MIT MINDESTENS SELTEN BEANTWORTET WURDEN:

INT.: LISTE C VORLEGEN!

Sagen Sie bitte, wie oft **Ihr Kind** das gerade genannte in seiner Freizeit auf Bildschirm (also z.B. auf dem E-Book-Reader) liest oder anschaut.

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

<u>auf Bildschirm</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

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
GEOLINO MINI		2563-2565
Just Kick-it!		2569-2571
LEGO Explorer		2566-2568
MEIN ERSTES GEOLINO		2665-2667
Micky Maus - Magazin		2584-2586
Paw Patrol		2629-2631
Peppa Pig		2662-2664
Pokémon		2653-2655
Power Magazin		2668-2670
Power Rangers		2671-2673
Prinzessin Lillifee		2596-2598
Wendy		2608-2610
Winnie Puuh		2611-2613
YUMMI		2602-2604

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.

MEHRFACHNENNUNGEN IN DEN ZEILEN MÖGLICH.

	trifft zu auf						
	Kinder- und Jugend- Zeitschriften	Fernsehen, Mediathe- ken und Streaming- Dienste	soziale Netzwerke	YouTube	Hörmedien wie Radio und Podcasts	keins dieser Medien	keine Angabe
Mein Kind kann etwas lernen.	☐ 885 1	☐ 886 1	☐ 887 1	☐ 888 1	☐ 889 1	☐ 890 1	☐ 987 9
Mein Kind wird motiviert aktiv etwas zu machen.	☐ 897 1	☐ 898 1	☐ 899 1	☐ 900 1	☐ 901 1	☐ 902 1	☐ 989 9
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt.	☐ 909 1	☐ 910 1	☐ 911 1	☐ 912 1	☐ 913 1	☐ 914 1	☐ 991 9
Mein Kind hat Spaß und Freude daran. ...	☐ 921 1	☐ 922 1	☐ 923 1	☐ 924 1	☐ 925 1	☐ 926 1	☐ 993 9
Mein Kind kann in seinem Tempo Inhalte aufnehmen.	☐ 927 1	☐ 928 1	☐ 929 1	☐ 930 1	☐ 931 1	☐ 932 1	☐ 994 9
Mein Kind kann Inhalte wiederholt nutzen.	☐ 933 1	☐ 934 1	☐ 935 1	☐ 936 1	☐ 937 1	☐ 938 1	☐ 995 9
Mein Kind wird auf interessante Produkte aufmerksam gemacht.	☐ 939 1	☐ 940 1	☐ 941 1	☐ 942 1	☐ 943 1	☐ 944 1	☐ 996 9
Mein Kind wird auf wichtige Themen aufmerksam gemacht.	☐ 951 1	☐ 952 1	☐ 953 1	☐ 954 1	☐ 955 1	☐ 956 1	☐ 998 9
Mein Kind kann sich an die Inhalte gut erinnern.	☐ 957 1	☐ 958 1	☐ 959 1	☐ 960 1	☐ 961 1	☐ 962 1	☐ 999 9
Meinem Kind werden vertrauenswürdige Inhalte vermittelt.	☐ 981 1	☐ 982 1	☐ 983 1	☐ 984 1	☐ 985 1	☐ 986 1	☐ 1001 9
Mein Kind bekommt komplexe Sachverhalte einfach erklärt.	☐ 969 1	☐ 970 1	☐ 971 1	☐ 972 1	☐ 973 1	☐ 974 1	☐ 1002 9

INT.: LISTE H VORLEGEN!

INT.: LISTE C VORLEGEN!

Wenn Sie an diese Medien denken, wie schätzen Sie die Medienkompetenz **des befragten Kindes/ des befragten Jugendlichen** hinsichtlich folgender Merkmale ein?

Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen an, wie sehr sie zutreffen.

	trifft zu	trifft teilweise zu	trifft nicht zu	keine Angabe
Mein Kind fühlt sich gut aufgehoben bei Medienangeboten, die speziell für Kinder gemacht sind.	☐ 1590 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Auf der Suche nach Wohlfühl-Momenten greift mein Kind gerne auf vertraute Kinder-Medienangebote zurück.	☐ 1591 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Gedruckte Medien (z.B. Kinderzeitschriften und/oder Kinderbücher) sind wichtig für die kindliche Mediennutzung.	☐ 1592 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Bildschirm-Medien (z.B. Fernsehsendungen) sind wichtig für die kindliche Mediennutzung.	☐ 1593 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Medienangebote, die generell auf Kinder ausgerichtet sind (z.B. Kinder-Fernsehsender, Kinder-Zeitschriften) muss ich nicht extra kontrollieren.	☐ 1594 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Es ist wichtig, dass mein Kind selbstständig Medienkompetenz erlernt, deshalb halte ich mich bei dem Thema zurück.	☐ 1595 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Die Vorstellungen über die Mediennutzung sind bei meinem Kind und uns Eltern häufig unterschiedlich. Das führt zu Diskussionen innerhalb der Familie.	☐ 1596 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich mache mir oft Sorgen, dass mein Kind für sein Alter ungeeignete Medieninhalte sieht/hört/spielt.	☐ 1597 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Die schulische Nutzung von digitalen Medien führt dazu, dass mein Kind diese auch mehr in der Freizeit nutzt.	☐ 1598 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9

Die folgenden Aussagen können auf **Ihr Kind** und die Zeitschrift(en), die es regelmäßig oder ab und zu liest, zutreffen. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage auf dieser Liste, ob sie auf **Ihr Kind** zutrifft, nur teilweise zutrifft, weil es zum Beispiel nur für bestimmte Zeitschriften gilt, oder ob es nicht zutrifft.

	trifft zu	trifft teilweise zu	trifft nicht zu	keine Angabe
Mein Kind liest/ blättert die Zeitschriften meist vollständig durch.	☐ 475 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Mein Kind liest/ blättert in den Zeitschriften immer mal wieder.	☐ 476 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Mein Kind liest/ blättert in den Zeitschriften zusammen mit Anderen.	☐ 477 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Mein Kind sammelt die Zeitschriften, bewahrt sie auf.	☐ 478 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Mein Kind gibt die Zeitschriften an Andere weiter.	☐ 479 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Wenn mein Kind Zeitschriften liest, hört oder schaut es nebenbei keine anderen Sachen.	☐ 480 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Ich habe das Gefühl, dass mein Kind von Zeitschriften oft etwas Interessantes lernt.	☐ 487 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Mein Kind macht in Zeitschriften bei Rätseln und Gewinnspielen mit.	☐ 488 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Die Figuren, Helden und Geschichten in Zeitschriften begeistern mein Kind.	☐ 513 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9

INT.: LISTE D VORLEGEN!

INT.: a), b) UND c) FÜR ALLE GEGENSTÄNDE EINZELN ABFRAGEN!

a) Welche der folgenden Spielsachen und Gegenstände besitzt **Ihr Kind** selber?

b) Kann **Ihr Kind** einen der folgenden Gegenstände im Haushalt mitbenutzen?

c) Wünscht sich **Ihr Kind** einen der folgenden Gegenstände für sich selbst, auch wenn es diesen schon besitzt?

INT.: MEHRFACHNENNUNGEN IN DEN ZEILEN MÖGLICH.

	Kind besitzt selbst	Kind kann mitbenutzen	Kind wünscht sich	keine Angabe
Fernseher.	☐ 700 1	☐ 701 1	☐ 702 1	☐ 704 9
Computer, Laptop.	☐ 705 1	☐ 706 1	☐ 707 1	☐ 709 9
Tablet (z.B. iPad).	☐ 710 1	☐ 711 1	☐ 712 1	☐ 714 9
Spielekonsole (z.B. PlayStation, Wii, Xbox).	☐ 720 1	☐ 721 1	☐ 722 1	☐ 724 9
tragbare Konsole (z.B. Nintendo Switch).	☐ 725 1	☐ 726 1	☐ 727 1	☐ 729 9
Spiele/ Games für tragbare Konsole/ Spielekonsole am Fernseher.	☐ 730 1	☐ 731 1	☐ 732 1	☐ 734 9
Smartphone.	☐ 735 1	☐ 736 1	☐ 737 1	☐ 739 9
Spielkästen/ Spielsets (z.B. Playmobil, Lego, Schleich).	☐ 755 1	☐ 756 1	☐ 757 1	☐ 759 9
Bastel-, Experimentierkästen (z.B. Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen).	☐ 760 1	☐ 761 1	☐ 762 1	☐ 764 9
Puzzle.	☐ 765 1	☐ 766 1	☐ 767 1	☐ 769 9
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich, Pokemon).	☐ 770 1	☐ 771 1	☐ 772 1	☐ 774 9
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge.	☐ 775 1	☐ 776 1	☐ 777 1	☐ 779 9
Puppen/ Anziehpuppen/ Barbiepuppen.	☐ 780 1	☐ 781 1	☐ 782 1	☐ 784 9
Gesellschafts-/ Kartenspiele.	☐ 790 1	☐ 791 1	☐ 792 1	☐ 794 9
Geräte wie Alexa oder Google Home (Smartspeaker/ Sprachassistenten)/ Toniebox & Tonies.	☐ 800 1	☐ 801 1	☐ 802 1	☐ 804 9

32

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
Spielzeug	☐ 830 1	☐ 2	☐ 9
Schulsachen, Stifte, Füller	☐ 831 1	☐ 2	☐ 9
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	☐ 832 1	☐ 2	☐ 9
Handy/ Smartphone	☐ 833 1	☐ 2	☐ 9
Spielekonsolen, tragbare Konsolen	☐ 834 1	☐ 2	☐ 9
Kleidung, Anziehsachen	☐ 835 1	☐ 2	☐ 9
Sportschuhe, Sneaker	☐ 836 1	☐ 2	☐ 9
Essen und Trinken	☐ 841 1	☐ 2	☐ 9

33

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.

Spielzeug	☐ 855 1
Schulsachen, Stifte, Füller	☐ 856 1
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	☐ 857 1
Handy/ Smartphone	☐ 858 1
Spielekonsolen, tragbare Konsolen	☐ 859 1
Kleidung, Anziehsachen	☐ 860 1
Sportschuhe, Sneaker	☐ 861 1
Essen und Trinken	☐ 866 1
nichts davon/ keine Angabe	☐ 867 9

35

INT.: LISTE D VORLEGEN!

Die folgenden Dinge können Sie für **Ihr Kind** kaufen.

Wen fragen Sie hauptsächlich bzw. wo informieren Sie sich, wenn Sie für **Ihr Kind** diese Dinge einkaufen wollen?

INT.: MEHRFACHNENNUNGEN IN DEN ZEILEN MÖGLICH.

	Befragter informiert sich ...						
	beim Kind selbst	in der Familie/ bei Freunden	im Geschäft	durch die Werbung	woanders	wird nicht gekauft	keine Angabe
Bekleidung	☐ 1030 1	☐ 1031 1	☐ 1032 1	☐ 1033 1	☐ 1035 1	☐ 1036 1	☐ 1037 9
Schuhe	☐ 1038 1	☐ 1039 1	☐ 1040 1	☐ 1041 1	☐ 1043 1	☐ 1044 1	☐ 1045 9
Lebensmittel	☐ 1046 1	☐ 1047 1	☐ 1048 1	☐ 1049 1	☐ 1051 1	☐ 1052 1	☐ 1053 9
elektronische Geräte	☐ 1054 1	☐ 1055 1	☐ 1056 1	☐ 1057 1	☐ 1059 1	☐ 1060 1	☐ 1061 9
klassisches Spielzeug	☐ 1062 1	☐ 1063 1	☐ 1064 1	☐ 1065 1	☐ 1067 1	☐ 1068 1	☐ 1069 9
Sportausrüstung	☐ 1070 1	☐ 1071 1	☐ 1072 1	☐ 1073 1	☐ 1075 1	☐ 1076 1	☐ 1077 9
Körperpflege, Kosmetik	☐ 1078 1	☐ 1079 1	☐ 1080 1	☐ 1081 1	☐ 1083 1	☐ 1084 1	☐ 1085 9

36

Wie viel Euro haben Sie in den letzten 12 Monaten schätzungsweise für ... (EINZELN ABFRAGEN) für **Ihr Kind** ausgegeben?

INT.: GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENENFALLS RUNDEN! KEINE ANGABE = 99.

klassisches Spielzeug		670-673
elektronisches Spielzeug (z.B. Spiel- und Lernsoftware für den PC, Spielekonsolen, tragbare Konsolen)		674-677
Bekleidung, Schuhe		678-681
Zeitschriften		686-689
Bücher		690-693
Freizeitparks, Events, Shows, Bäder, Klettergarten u.Ä.		694-697

37

Was darf denn **Ihr Kind** alles?

Darf **Ihr Kind** ... ?

INT.: VORGABEN VORLESEN UND ZU JEDER DIE ANTWORT MARKIEREN!

	ja	nein	keine Angabe
sein Taschengeld in vollem Umfang selbständig ausgeben	☐ 1005 1	☐ 2	☐ 9
bei Lebensmitteleinkäufen für den Haushalt mitentscheiden	☐ 1006 1	☐ 2	☐ 9
sich so kleiden/ stylen, wie es ihm gefällt	☐ 1007 1	☐ 2	☐ 9
selbst bestimmen, wie sein Zimmer eingerichtet ist	☐ 1009 1	☐ 2	☐ 9
selbst bestimmen, welche Bücher/ Zeitschriften es liest	☐ 1011 1	☐ 2	☐ 9
selbst bestimmen, welche Fernsehsendungen es sieht	☐ 1012 1	☐ 2	☐ 9
selbst bestimmen, welche Apps auf dem Smartphone/ Tablet es nutzt	☐ 1013 1	☐ 2	☐ 9
mitbestimmen, was die Familie gemeinsam unternimmt	☐ 1014 1	☐ 2	☐ 9
die Urlaubsaktivität mitbestimmen	☐ 1015 1	☐ 2	☐ 9
beim Kauf von Unterhaltungselektronik/ Computern Einfluss nehmen	☐ 1016 1	☐ 2	☐ 9

38

INT.: LISTE E VORLEGEN!

Was hat **Ihr Kind** in der Zeit, in der es aufgrund von Corona Einschränkungen gab, vermisst?

	sehr vermisst	etwas vermisst	nicht vermisst	keine Angabe
ins Kino gehen	☐ 1540 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
in den Freizeitpark (z.B. Legoland, Europapark, Heidepark) gehen	☐ 1541 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Shows, Konzerte oder Musical besuchen	☐ 1542 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Mit Freund:innen treffen und gemeinsam spielen	☐ 1543 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Verreisen	☐ 1544 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Meinen Geburtstag/ Feste feiern mit meinen Freund:innen	☐ 1545 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Sport in meinem Verein/ Club	☐ 1546 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
ins Schwimmbad/ Freibad gehen	☐ 1547 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Shoppern/ in der Stadt bummeln	☐ 1548 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9
Auf die Kirmes/ zu Stadtfesten gehen	☐ 1549 1	☐ 2	☐ 3	☐ 9

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
GEOLINO MINI		☐ 1322 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Just Kick-it!		☐ 1324 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
LEGO Explorer		☐ 1357 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
MEIN ERSTES GEOLINO		☐ 1360 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Micky Maus - Magazin		☐ 1329 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
Power Magazin		☐ 1361 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Power Rangers		☐ 1362 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Wendy		☐ 1337 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Winnie Puuh		☐ 1338 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
YUMMI		☐ 1359 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

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

42 Sind Sie alleinerziehend?

ja ☐ 101
 nein ☐ 2
 keine Angabe ☐ 9

43 Wie alt sind Sie?

Alter 110-111

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

Personen im Haushalt insgesamt 121-122

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

45 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

46 Hat Ihr Kind ein eigenes Zimmer für sich allein?

ja ☐ 201
 nein ☐ 2
 keine Angabe ☐ 9

48

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

ja, ich bin der Hauptverdiener ☐ 1¹⁷⁷
 nein ☐ 2
 keine Angabe ☐ 9

49

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

ja, ich bin die haushaltsführende Person ☐ 1¹⁷⁸
 nein ☐ 2
 keine Angabe ☐ 9

50

FALLS FRAGE 48 = JA UND FRAGE 49 = KEINE ANGABE ODER FRAGE 48 = NEIN UND FRAGE 49 = NEIN ODER = KEINE ANGABE ODER Frage 48 = KEINE ANGABE:

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

ja ☐ 1¹⁷⁹
 nein ☐ 2
 keine Angabe ☐ 9

51

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 ☐ 1¹⁸⁷
 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

52

Ist der Hauptverdiener berufstätig?

berufstätig ☐ 1¹⁸⁸
 zurzeit arbeitslos ☐ 2
 Rentner, Pensionär ☐ 3
 in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student ☐ 4
 nicht berufstätig ☐ 5
 keine Angabe ☐ 9

53

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

Selbstständige/ Freiberufler ☐ 1¹⁸⁹
 Leitende Angestellte ☐ 2
 sonstige Angestellte ☐ 3
 Beamte ☐ 4
 Arbeiter ☐ 5
 keine Angabe ☐ 9

54

FALLS HV GLEICH HHF, SPRINGE ZU FRAGE 57:

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

55

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

56

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

57

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

58

INT.: LISTE E 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 2022

Herausgeber:

Edeka Verlagsgesellschaft mbH
Egmont Ehapa Media GmbH
Gruner + Jahr Deutschland GmbH
Panini Verlags GmbH
SUPER RTL Fernsehen GmbH & Co. KG

Konzeption:

Vertreter der Herausgeber

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) 2022*.

Ihre Ansprechpartner

Fabian Wolff

Edeka Verlagsgesellschaft mbH

EDEKA Media GmbH

New-York-Ring 6

22297 Hamburg

Tel.: 040-6377 5094

Fabian.Wolff@edeka.de

www.edeka.de

Verlagsvertretung Blaufeuer Verlagsvertretungen GmbH

Dirk Eggert

Egmont Ehapa Media GmbH

Egmont MediaSolutions

Alte Jakobstraße 83

10179 Berlin

Tel.: 0162 2131 720

d.eggert@egmont.de

www.egmont-mediasolutions.de

www.egmont.de

Tamara Klaproth

Gruner + Jahr Deutschland GmbH

Am Baumwall 11

20459 Hamburg

Tel: 040-3703 5550

klaproth.tamara@guj.de

www.guj.de

Steffen Volkmer (PR)

Panini Verlags GmbH

Schloßstraße 76

70176 Stuttgart

Tel: 0711-94768 824

steffen.volkmer@panini.de

www.panini.de

Frauke Baer

Ad Alliance GmbH

Am Baumwall 11

20459 Hamburg

Tel.: 040-2866 864232

frauke.baer@ad-alliance.de

www.ad-alliance.de

Ilona Wolf (Media)

Blafeuer Verlagsvertretungen GmbH

Bahrenfelder Steindamm 72

22761 Hamburg

Tel. 040-226 34 49 25

i.wolf@blaufeuer.com

www.blafeuer.com

Sebastian Verfürth

SUPER RTL Fernsehen GmbH & Co. KG

Picassoplatz 1

50679 Köln

Tel. 0221-456 51332

Sebastian.Verfuerth@superrtl.de

unternehmen.superrtl.de



EGMONT
Ehapa Media



SUPER RTL