



Studien-Steckbrief

KidsVA 2015: Die Markt-Media-Studie für junge Zielgruppen

Grundgesamtheit

5,75 Mio. deutschsprachige Kinder 6 - 13 Jahre

1,36 Mio. deutschsprachige Kinder 4 - 5 Jahre

Stichprobe

Rollierendes Verfahren: 2.494 Doppelinterviews 6 - 13 Jahre (jeweils ein Kind und ein Elternteil)

591 Elterninterviews für 4 - 5 Jahre

Stichprobenverfahren

Quota-Verfahren

Erhebungsmethode

CAPI/CASI, CAWI

Feldzeit

Welle 2014: 17.02. - 07.04.2014

Welle 2015: 16.02. - 09.04.2015

Methodische Betreuung/Federführendes Institut

Czaia Marktforschung GmbH, Bremen

Immediate Software GmbH, Bremen

Feldinstitute

KRÄMER Marktforschung GmbH, Münster

Marplan Media- und Sozialforschungsgesellschaft mbH, Offenbach am Main

Auftraggeber

Egmont Ehapa Media GmbH