

SPERRFRIST: Dienstag, 11.08.2015 – 12 Uhr!



PRESSEMITTEILUNG

Berlin, 11. August 2015

KidsVerbraucherAnalyse 2015

„Kinder lieben immer noch Gedrucktes - wie die Ergebnisse der KidsVA erneut belegen. Fast 90% aller Kinder zwischen vier und 13 Jahren greifen mindestens einmal wöchentlich zu Büchern oder Zeitschriften. Kindermagazine spielen dabei mit über 4,8 Millionen regelmäßigen Lesern ab vier Jahren eine wichtige Rolle.“
Klaus-Thorsten Firnig, Geschäftsführer Egmont Ehapa Media GmbH.

Seit mehr als zwei Jahrzehnten erforscht die KidsVerbraucherAnalyse (KidsVA) die Mediennutzung und das Konsumverhalten von Sechs- bis 13-Jährigen. Hierfür wurden 2014/2015 insgesamt 2.494 Doppelinterviews in deutschsprachigen Haushalten mit je einem Kind und einem Haupterzieher geführt. Die zufällig ausgewählte Stichprobe steht repräsentativ für 5,75 Millionen Kinder und Jugendliche in Deutschland. Weitere 591 Elterninterviews (2014/2015) liefern darüber hinaus Erkenntnisse zu noch jüngeren Kindern. Sie sind repräsentativ für insgesamt 1,36 Millionen vier- und fünfjährige Vorschüler.

Damit gehört die KidsVA auch in diesem Jahr zu den wichtigsten Studien rund um die Themen Medien- und Konsumverhalten junger Zielgruppen.

Die Untersuchung wird für die Marketing- und Werbeplanung bei jungen Zielgruppen genutzt und liefert eine Vielzahl von Erkenntnissen zum Leben der Kinder in Deutschland.

Medien spielen nicht nur eine wichtige Rolle im Leben Erwachsener, sie nehmen auch bei Kindern und Jugendlichen einen breiten Raum ein. Dabei zeigt sich, dass Zeitschriften und Bücher trotz des immer größeren digitalen Medienangebotes von großer Bedeutung bleiben. 78% (4,5 Mio.) der Sechs- bis 13-Jährigen lesen mindestens einmal pro Woche ein Buch und 73% (4,2 Mio.) greifen zu Zeitschriften. Elektronische Bücher spielen mit konstanten 13% weiterhin nur eine untergeordnete Rolle.

Dagegen erfreuen sich Kindermagazine weiterhin großer Beliebtheit. Die 43 abgefragten Zeitschriften werden regelmäßig von 71,8% aller Sechs- bis 13-Jährigen (4,1 Mio.) gelesen oder angeschaut. Geschichten von Donald, Tick, Trick und Track oder Micky faszinieren die Kinder besonders - das wöchentlich erscheinende „Micky Maus Magazin“ und der Monatstitel „Disney Lustiges Taschenbuch“ (beide Egmont Ehapa Media) rangieren an der Spitze. Fast gleichauf folgt der Fußball-Titel „Just Kick-it!“ (Panini) und für die Mädchen das Magazin „Wendy“ (Egmont Ehapa Media). Das Wissensmagazin „GEOLino“ (Gruner & Jahr) schließt die Top 5 ab.

Die Saat für spätere Lesefreude wird bereits bei den Vorschulkindern gelegt. Laut Aussage der Eltern bekommen 92% (1,2 Mio.) der Vier- und Fünfjährigen mindestens einmal wöchentlich ein Buch oder eine Zeitschrift vorgelesen oder beschäftigen sich selbst damit. Bei den 16 abgefragten Kindermagazinen liegen

hier Titel zu beliebten Figuren wie „Benjamin Blümchen“ (Egmont Ehapa Media), „Prinzessin Lillifee“ (Blue Ocean Entertainment) oder „Bob der Baumeister“ (Panini) vorn.

„Der Technologiewechsel zu Smartphones und Tablets ist in den Haushalten im vollen Gange. Doch er führt nicht zu einem grundsätzlichen Bewusstseinswandel bei den Eltern. Jüngere Kinder werden weiterhin vorsichtig an das Internet herangeführt und so findet die digitale Volljährigkeit weiter erst ab dem Alter von neun bis zehn Jahren statt.“

Ralf Bauer, Leiter Markt- und Mediaforschung Egmont Ehapa Media und Studienleiter der KidsVA.

Der Anteil Sechs- bis 13-Jähriger mit Computererfahrung stagniert bei 82% (4,7 Mio.). Meist darf dabei auf den Familien-PC oder das gemeinsame Tablet zugegriffen werden (66%). Erst die älteren Kinder ab neun Jahren sind dann zunehmend schon mit einem eigenen Gerät ausgestattet (36%).

Das wachsende Angebot, das Internet auch mobil zu erreichen, sorgt aktuell noch nicht für steigende Nutzerzahlen bei Kindern. Ihr Anteil stagniert bei 75% (4,3 Mio.). Weiterhin bleibt also einem Viertel das Internet verwehrt. Dies sind besonders Kinder unter zehn Jahren – hier darf weiterhin nur etwas mehr als die Hälfte (54%) ins Netz, während sich fast alle Älteren dort tummeln.

Immer wichtiger werden dabei Smartphones und Tablets – eigene Geräte oder die der Eltern. Hier steigt der Anteil der Nutzer innerhalb eines Jahres von 43% auf 48% (2,8 Mio.). Zusammen mit den noch immer weit verbreiteten klassischen Handys ist damit mehr als die Hälfte der Kinder (56%) im Alter von sechs bis 13 Jahren mit einem eigenen Gerät (Handy oder Smartphone) erreichbar. Auch hier differiert das Alter stark: Hohe Verbreitung bei Kindern im Alter von zehn bis 13 Jahren mit 80% dagegen nur 31% bei den Sechs- bis Neunjährigen.

Bei den Vier- und Fünfjährigen können laut Aussage der Eltern bereits die Hälfte auf erste Computer-Erfahrungen verweisen, und 27% dürfen auch schon ins Internet. Tablets und Smartphones zum Filme schauen, Musik hören oder spielen setzen etwas mehr als ein Drittel der Eltern ein (34%).

Die stärkere Verbreitung von Mobilgeräten eröffnet auch mehr Möglichkeiten unterwegs zu spielen. Inzwischen nutzen 85% (4,9 Mio.) der Kinder digitale Spiele über verschiedenen Zugänge. Dazu gehören Konsolen, Handhelds, kostenlose Online Games und vermehrt Spiele-Apps auf dem Smartphone/Handy oder einem Tablet. Doch auch klassisches Spielzeug (Karten- und Gesellschaftsspiele, Spiel- und Baukästen oder Puppen) finden sich weiterhin in den meisten Kinderzimmern. Entsprechend hoch sind weiterhin die geschätzten Ausgaben der Eltern mit durchschnittlich 123 Euro pro Jahr für klassische Spielwaren und 118 Euro für Hard- und Software für elektronische Games.

Natürlich wird bei Spielwarenkäufen der Nachwuchs direkt gefragt, was er sich wünscht. Aber auch bei vielen anderen Produktbereichen haben Kinder Mitspracherechte. So dürfen 78% der Sechs- bis 13-Jährigen bei Lebensmitteleinkäufen für den Haushalt mitentscheiden. Familienausflüge werden gemeinsam beschlossen (90%) und bei der Einrichtung des Kinderzimmers reden die Kinder ein gewichtiges Wörtchen mit (71%).

Die Autonomie über ihr Taschengeld haben 84% der befragten Kinder; und dabei handelt es sich um erhebliche Summen. Monatlich sind es aktuell im Schnitt

26,35 Euro. Damit müssen sich die Kinder mit etwas weniger zufrieden geben als im Vorjahr (-4%). Dagegen fielen die Bargeschenke zu Weihnachten, zum Geburtstag sowie bei einem Teil der Kinder auch zu Ostern genauso hoch aus wie im Vorjahr. Sie addieren sich wieder auf 189 Euro im Jahr.

Geld außer der Reihe stecken die Großeltern und andere Verwandte zu (63%).

Für 41% wirken sich gute Noten finanziell positiv aus.

Das Geld wird von den Kindern hauptsächlich für Süßigkeiten, Zeitschriften sowie für Snacks und Getränke ausgegeben. Aber immerhin: 60% der Befragten sparen zumindest einen Teil ihrer Einnahmen.

Ebenso gehen die Vorschulkinder nicht leer aus: Inzwischen beziehen fast zwei Drittel (63%) der Vier- bis Fünfjährigen Taschengeld. Mit 12,78 Euro pro Monat bleibt der Durchschnittswert auf dem Niveau des Vorjahres. Die Bargeschenke zu Weihnachten, Geburtstag und Ostern addieren sich auf 176 Euro pro Jahr und Kind - und fallen somit fast so üppig aus wie bei den älteren Kindern.

Kontakte:

Ralf Bauer, Leiter Markt-/Mediaforschung, Egmont Ehapa Media
Fon: 030/ 24 00 81 18, E-Mail: r.bauer@egmont.de

Klaus–Thorsten Firnig, Geschäftsführer, Egmont Ehapa Media
Fon: 030/ 24 00 81 15, E-Mail: k.firnig@egmont.de

Kerstin Wolf, Sales Marketing & PR, Egmont MediaSolutions
Fon: 030/ 24 00 81 13, E-Mail: k.wolf@egmont.de

Der elektronische Berichtsband zur KidsVA 2015 mit allen Ergebnissen und den methodischen Grundlagen kann gegen eine Schutzgebühr von 179,00 Euro zzgl. MwSt. unter www.kidsva.de bestellt werden.