



## **PRESSEMITTEILUNG**

Preschool Studie 2009 – Die Vorschulkinder im Fokus

Berlin, 13. April 2010

Der Egmont Ehapa Verlag hat in einer umfassenden Studie Eltern von 4- bis 5-jährigen Kindern befragt. Die Studie leitete die Czaia Marktforschung GmbH, Bremen. 419 repräsentativ ausgewählte Mütter und Väter gaben stellvertretend für 1,35 Mio. Kinder (4 bis 5 Jahre) ausführlich Auskunft über deren Medien-, Freizeit- und Konsumverhalten.

In der Freizeit der Vorschulkinder spielt zwar Malen, Basteln und Spielen eine wichtige Rolle, aber die Nutzung verschiedener Medien ist bereits eine Selbstverständlichkeit. Neben Fernsehen wird zudem viel in Büchern und Zeitschriften gelesen bzw. ihnen vorgelesen. Dabei erreichen die 14 abgefragten Magazine des Egmont Ehapa Verlages regelmäßig 744.000 Mädchen und Jungen im Alter von 4 bis 5 Jahren (55 % Nettoreichweite).

Kinderzeitschriften erfüllen zusammen mit Büchern nicht nur die von den Eltern gewünschten edukativen Ansprüche, sondern bieten der gesamten Familie Lese- und Lernspaß durch eine gemeinsame Nutzung. 40 % der Eltern lesen mehr als die Hälfte der Ausgaben der abgefragten Magazine mit.

Der Weg in die digitale Zukunft wird schon früh geebnet. So findet sich beispielsweise in jedem dritten Kinderzimmer neben Puppen, Teddys und Puzzle-Spielen auch schon elektronische Hard- und Software.

Zudem wissen die Kleinen genau was sie wollen – und die Eltern sind bereit, den Wünschen weitgehend nachzukommen. Besonders bei süßen Brotaufstrichen, Cerealien, Joghurt und Erfrischungsgetränken muss die Marke stimmen und auch bei Spielsachen und Sportschuhen haben die jungen Konsumenten bereits erste Markenvorlieben. Dank Taschengeld, das bereits zwei von drei Kindern erhalten, und üppigen Geldgeschenken zum Geburtstag und Weihnachten kann zudem der ein oder andere Wunsch mit dem eigenen Geld erfüllt werden.

Kinder im Vorschulalter sind selten Ziel von Studien, die ihr Medien- und Konsumverhalten untersuchen. Der Egmont Ehapa Verlag als Marktführer im Segment der Kinder- und Jugendzeitschriften schließt diese Lücke und hat sich in der Vergangenheit bereits vier Mal in umfangreichen Studien dieser interessanten Zielgruppe gewidmet.

Die Studienergebnisse sind ab sofort gegen eine Schutzgebühr von 49,- Euro unter [www.egmont-mediasolutions.de](http://www.egmont-mediasolutions.de) zu bestellen.

**EGMONT** ●  
MediaSolutions

Für Rückfragen:

Nadja Vogt

Leitung Anzeigenmarketing / PR

**Egmont MediaSolutions**

Wallstraße 59

10179 Berlin

Fon +49 (0)30/ 24 00 81 13

Fax +49 (0)30/ 24 00 81 99

E-Mail [n.vogt@egmont.de](mailto:n.vogt@egmont.de)

**[www.egmont-mediasolutions.de](http://www.egmont-mediasolutions.de)**