

Das Kompendium 2010/11

Junge Zielgruppen

Inhaltsverzeichnis



EINLEITUNG

- Vorwort: Das Kompendium »Junge Zielgruppen«
- Egmont Ehapa Verlag: Kompetenz im Jungen Markt
- Junge Zielgruppen dynamisieren die Märkte - Gastartikel von iconkids & youth

DIE ZIELGRUPPE

- Exkurs – Angewandte Kinder- und Jugendforschung: Ziele – Erkenntnisse – Perspektiven
- 3- bis 17-Jährige: Eine Übersicht der verschiedenen Teilzielgruppen
- Methodische Besonderheiten bei der Befragung von Kindern
- Werbekompetenz der Kinder: Nachweise für eigenständigen und kritischen Umgang mit Werbung KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2010: Kids und Werbung
- Super RTL: CreaKompassKids - Kinderwelten 2010
- Egmont MediaSolutions: Erkenntnisse aus dem AD & VALUE Werbetracker
- KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2010: Die Kaufkraft der 6- bis 13-Jährigen
- Empfehlungen beim Taschengeld Deutscher Sparkassen- und Giroverband (DSGV) - Finanzverhalten in Paarbeziehungen 2008

DIE SITUATION: Demografie, Entwicklungen, Potenziale

- Exkurs: Grund- und Strukturdaten über Junge Zielgruppen
- Gesamtes Bundesgebiet: Bevölkerung nach Alter
- Gesamtes Bundesgebiet: Bevölkerungsentwicklung der unter 16-Jährigen: 1960-2050
- Gesamtes Bundesgebiet: Bevölkerungsstruktur der 6- bis 13-Jährigen
- Gesamtes Bundesgebiet: Familien- und Lebensformtypen
- BMFSFJ: Familienmonitor 2009

DIE JUNGE WELT: Denken, Handeln, Fühlen

- Exkurs: Chancen und Risiken
- MTV Networks: Generation Nick Jr. 2008
- MTV Networks: Generation Nick 2006
- Disney: Generation XD
- Zukunftsinstitut: Future Kids 2010
- Super RTL - Kinderwelten 2009: MindSetKids
- BdB-Jugendstudie 2009: Wirtschaftsverständnis und Finanzkultur
- KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2010: Freizeitaktivitäten von Kindern
- Statistisches Bundesamt 2009: Lehre und Studium
- Vorwerk Familienstudien 2010/2009
- ZDF - Tabaluga tivi: Glücksstudie 2007
- Bertelsmann Stiftung 2009: Jugend und die Zukunft der Welt
- Gruner + Jahr: Kinderwertemonitor 2010
- Kinder in Deutschland 2010: Die 2. World Vision Kinderstudie
- 16. Shell Jugendstudie: Jugend 2010
- MTV NETWORKS »YOUTHTOPIA« 2009: A STUDY OF HOPES AND DREAMS
- BMFSFJ 2007: Demografischer Wandel
- Bertelsmann Stiftung 2007: Jugendliche aus der Sicht der Erwachsenen
- YOUNGCOM! Jugendstudie 2010

MÄRKTE UND PRODUKTE

- Exkurs: Marken und Konsumverhalten
- LBS-Kinderbarometer Deutschland 2009
- Egmont Ehapa Verlag Preschool-Studie 2009: Kleine ganz groß!
- Synovate Kids + Teens: Das Mittagessen der Kinder 2007
- KidsVerbraucher Analyse (KVA) 2010: Produktbesitz und Konsum der 6- bis 13-Jährigen
- Verbraucheranalyse (VA) Jugend 2010: Lebensgefühl, Werte, Konsum
- KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2010: Die Handy-Nutzung der 6- bis 13-Jährigen
- Egmont Ehapa Verlag Grundlagenstudie: Kids-Kaufentscheider 2008
- BRAVO Faktor Jugend 8 – Now and Forever: Markenbeziehungen in der Retrospektive
- BRAVO Faktor Jugend 10: My Brands-Markensozialisation bei Jugendlichen 2009
- KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2010: Markenbewusstsein und Markendurchsetzung bei Food- und Non-Food-Produkten
- Super RTL - Kinderwelten 2007: Markenwahrnehmung bei Vorschulkindern und Grundschulern
- iconkids & youth: Trend Tracking Kids 2010 - Lieblingsspielzeug
- KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2010: Elektronische Spiele
- Exkurs: Junge Zielgruppen und Medien
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2005): Zwölfter Kinder- und Jugendbericht
- ARD/ZDF-Medienkommission: Massenkommunikation 2010
- Stiftung Lesen 2010: Lesefreude trotz Risikofaktoren
- BRAVO Faktor Jugend 9 – Jugend und Medienfreunde
- KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2010: Lesen vs Internet?
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2008 – Kinder und Medien, Computer und Internet
- iconkids & youth: Trend Tracking Kids 2010
- t factory: Timescout 16. Welle 2010

PRINTMEDIEN: Titel, Übersichten, Leistungen

- Exkurs: Printmedien – Titel, Übersichten, Leistungen
- Leistungen der Print-Titel im Kinder- und Jugendbereich
- Rangreihen der Kinder-Kaufzeitschriften
- Die Zeitschriften der jungen Generation im Überblick
- Vorstellung der Kinder- und Jugendmagazine 2010

ELEKTRONISCHE MEDIEN: TV, Radio, Computer und Internet

- Exkurs: Elektronische Medien
- Die Fernsehnutzung 3- bis 13-Jähriger 2009: Was Kinder sehen
- Medienkonvergenz Monitoring 2008: Jugendliche in konvergierenden Medienwelten
- Elements of Art: Die Lieblings-Websites der Kids
- Medienkonvergenz Monitoring 2010: Soziale Online-Netzwerk-Report 2010
- ARD/ZDF-Online-Studie 2010
- Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein: Statistische Erfassung zum Internetverhalten Jugendlicher und Heranwachsender 2010
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2009 Jugend – Information – (Multi-)Media

ADRESSEN

- Adressen: Institute, Ämter, Verbände, Sonstige