



Kinder MEDIEN STUDIE

2017



DER SPIEGEL

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

EGMONT
Ehapa Media



Kinder-Medien-Studie 2017: Stark. Modern. Vielseitig.

- ✓ Sechs Verlage schließen eine Lücke: Neue, repräsentative Untersuchung des Medienkonsums und Mediennutzungsverhaltens von Kindern im Alter von 4 bis 13 Jahren in Deutschland.
- ✓ Medien & More: Erkenntnisse aus verschiedensten Bereichen, die die aktuelle Medien- und Lebenswelt von Kindern greifbar machen.
- ✓ Antworten von Kindern – Antworten von Eltern.
- ✓ Einzig zählbare Studie ihrer Art in Deutschland.

Kinder-Medien-Studie 2017: 6 Partner. 39 erhobene Titel.



Reichweiten



Kinder-Medien-Studie 2017: Interviewdetails.

	Eltern	Kinder
4-5-Jährige	394 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten für die 4- bis 5-Jährigen	
6-13-Jährige	1.647 Doppelinterviews ‚6-13 Jahre‘ (jeweils ein Kind und ein Erziehungsberechtigter)	

Grundgesamtheit:

- 5,79 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren
- 1,38 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 4 bis 5 Jahren

A group of five diverse children are running joyfully across a lush green lawn. From left to right: a young boy with blonde hair in a white t-shirt and light grey pants; a girl with blonde hair in a white tank top with large teal polka dots and shorts; a girl with dark hair in a white t-shirt; a boy with dark skin in a white t-shirt and a blue denim jacket; and a girl with brown hair in a pink cardigan over a purple top. They are all smiling and appear to be in motion, with their hair and clothes slightly blurred. The background consists of dense green trees under a bright sky.

YOUNG DIGITAL NATIVES: WIE DIGITAL SIND SIE WIRKLICH?

A photograph of five diverse children running happily on a grassy field. From left to right: a boy in a white t-shirt and grey pants, a girl in a white tank top with blue polka dots and shorts, a girl in a white t-shirt, a boy in a white t-shirt and a blue jacket, and a girl in a pink cardigan. They are all smiling and appear to be enjoying their time outdoors. The background consists of lush green trees.

FREIZEITGESTALTUNG

Freizeitaktivitäten: Kernbotschaften.

- Mit Freunden zusammen sein – ein Grundbedürfnis nahezu aller Kinder!
- Bitte nicht stören: Alle Kinder brauchen eine „Auszeit“ jenseits ihres anspruchsvollen und aktiven Alltags – mit zunehmendem Alter steigt dieses Bedürfnis.
- Raus an die frische Luft: 82 Prozent wollen im Freien spielen und toben! Erst ab 12 Jahren nimmt das tendenziell ab.
- Spaß an Bewegung: Mit zunehmendem Alter steigt das Bedürfnis, Sport zu treiben.
- Abnabelung: Schon ab 8 Jahren beginnt eine gewisse Abgrenzung zur Familie.

Mit Freunden zusammen sein – ein Grundbedürfnis nahezu aller Kinder!

Freizeitaktivitäten.

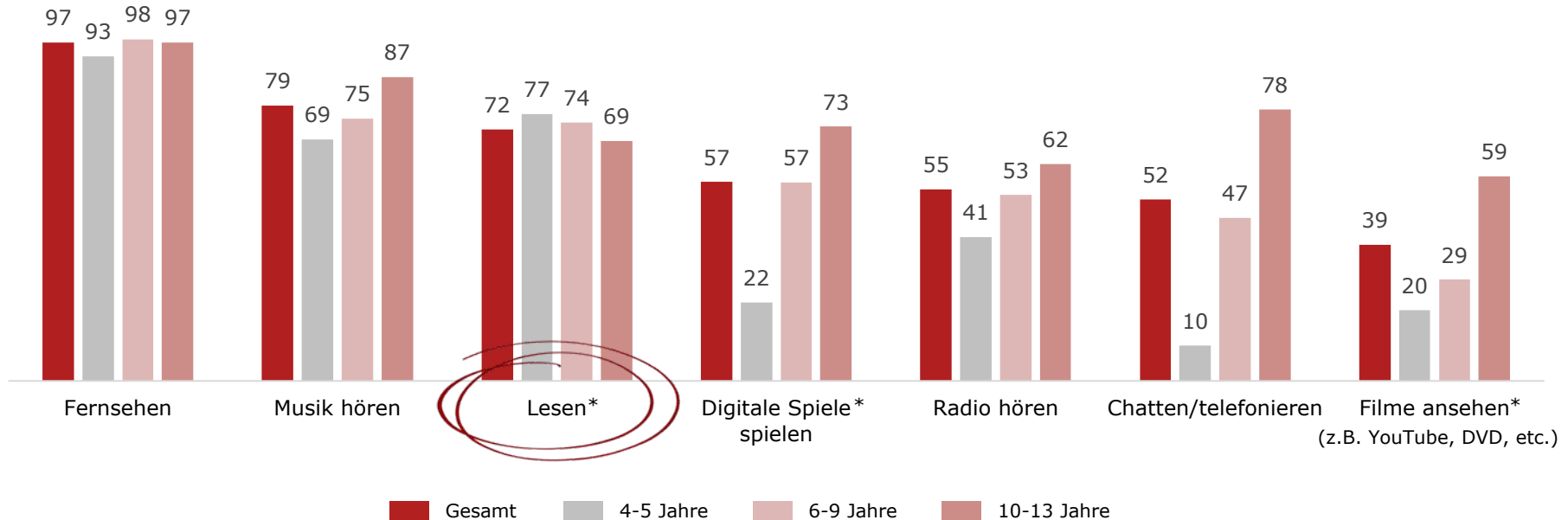
Mindestens mehrmals pro Woche.

	Alter →										
	4-13	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Mit Freunden zusammen sein	87	77	82	90	92	87	91	87	94	85	90
Im Freien spielen	82	89	91	89	88	90	87	80	81	61	64
Ausruhen/nichts tun, chillen	62	58	53	56	62	55	63	62	64	70	79
Sport treiben	49	23	35	37	47	53	53	52	62	64	63
Malen, Zeichnen, Basteln, Handarbeiten	47	78	73	54	59	47	53	37	32	21	22
Mit Spielkästen (z.B. Playmobil, Lego) spielen	42	62	63	57	53	47	44	35	34	17	11
Etwas zusammen mit der Familie machen	39	64	57	42	45	34	32	29	33	22	30
Sich mit Tieren beschäftigen, füttern, pflegen	38	39	43	39	42	34	42	39	36	31	35
Gesellschaftsspiele spielen (z.B. Brettspiele)	35	41	44	39	39	37	36	35	30	23	24
Mit (Anzieh-)Puppen/Barbiepuppen/Stofftieren spielen	33	59	56	51	50	44	32	23	10	5	3
Sammeln, mit einer Sammlung beschäftigen	30	29	41	33	33	40	32	29	28	17	23
Puzzeln	24	49	45	30	28	23	20	14	17	10	9
Mit Actionfiguren (z.B. Power Rangers) spielen	23	26	28	32	30	33	29	23	18	7	6
Sich mit Bastel-, Experimentierkästen beschäftigen	17	14	19	16	16	19	24	16	22	15	10
Ein eigenes Instrument spielen/ Musizieren	16	6	10	9	10	12	21	24	24	23	20
Kochen/ Backen	8	5	7	5	8	9	6	7	10	9	13

■ Top 3 in der jeweiligen Altersklasse ■ Überdurchschnittlich gemessen an gesamt 4-13 J.

Bücher & Zeitschriften sind ständige Begleiter für 72 Prozent der Young Digital Natives.

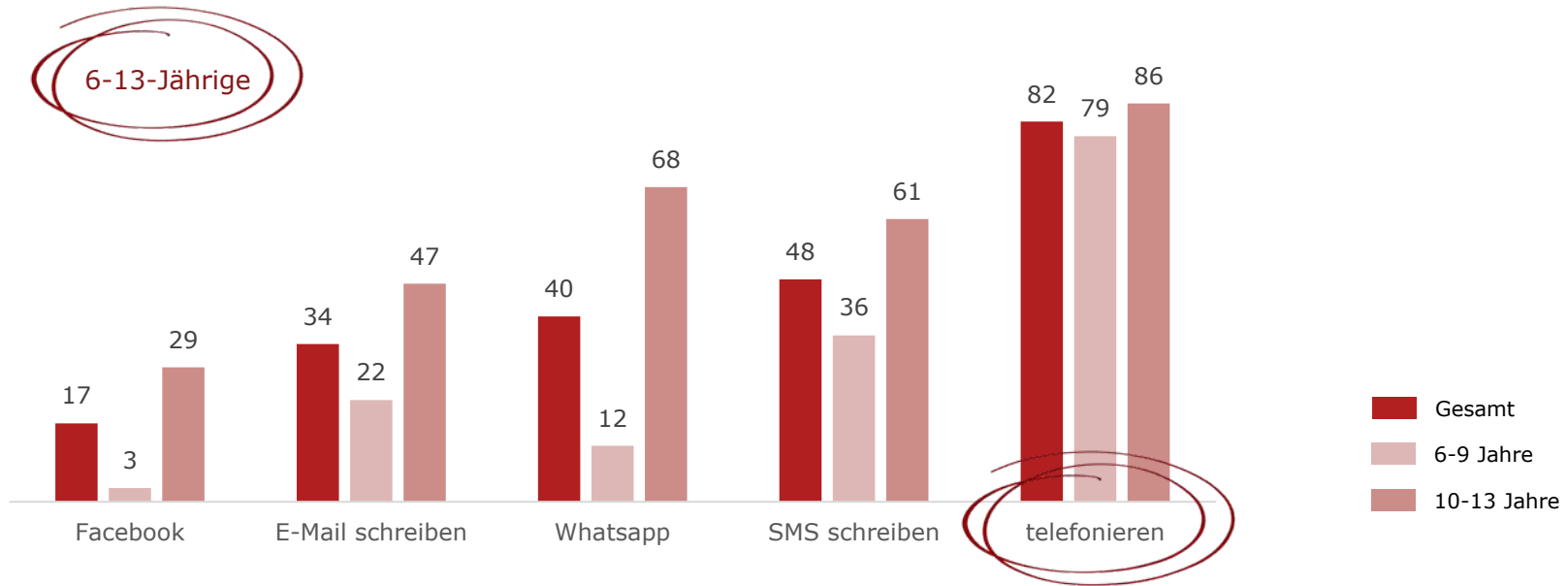
Freizeitbeschäftigung mit Medien (Auswahl). Mindestens mehrmals pro Woche.



*Lesen: Bücher oder Zeitschriften, Magazine, Comics lesen/anschauen
 Digitale Spiele spielen: Mit Handhelds (z.B. Gameboy) oder Spielkonsolen oder Spiele auf Tablet, Smartphone oder Computer/Laptop spielen
 Filme ansehen: Filme auf YouTube oder DVDs/Blu-Rays ansehen oder Filme/Videos bei Streaming-Dienst sehen

Miteinander reden ist wichtiger als tippen.

Kommunikationskanäle (Auswahl).





BESITZ

Besitz: Kernbotschaften.

BESITZ ALLGEMEIN

- Das Fahrrad feiert in diesem Jahr 200 Jahre Jubiläum – und gehört auch heute noch zur Grundausstattung von Mädchen und Jungen.
- Sammelfiguren sind in vielen Kinderzimmern zu finden – die Charaktere variieren.
- Stärker verbreitet als digitale Spielmöglichkeiten sind Gesellschafts- und Kartenspiele. Der hohe Besitz von Gesellschaftsspielen korrespondiert mit dem Wunsch, mit Freunden und Familie zusammen zu sein.
- Die Studie bestätigt hier ein uraltes Klischee: Mädchen haben Puppen, Jungs Spielkästen & Autos.

MÄDCHEN

- Für Mädchen ist das Kuscheltier ein Freund fürs Leben!
- Mädchen haben Puppen, basta!
- Noch nicht aussortiert: 57% der 13-jährigen Mädchen besitzen Spielkästen (z.B. Playmobil, Lego).
- Von wegen Mädchen beschäftigen sich nicht mit elektronischen Spielen. Mit zunehmendem Alter steigt der Besitz von Spielen für Handhelds bzw. Spielekonsolen. ABER: Spielekonsolen und Handhelds sind unter Jungen stärker verbreitet als unter Mädchen. Die Diskrepanz steigt mit zunehmendem Alter.

JUNGEN

- Das „Kinderzimmer“ lügt nicht: 13-jährige Jungen besitzen gleichermaßen Kuscheltiere und Spielekonsolen.
- Klare Abgrenzung: Junge Jungs haben Roller, ältere Boards.
- Mit Eintritt ins Schulalter erobern digitale Spiele die Kinderzimmer der Jungen, Spielekonsolen erst mit dem Schulwechsel.
- Elektrische Autos, Rennbahnen und Fahrzeuge üben auf 6- bis 12-Jährige die höchste Faszination aus.

Mädchen haben zwei treue Freunde: ihr Kuscheltier und ihr Fahrrad!



Besitz.

	Alter →										
	4-13	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Plüsch-/Stofftiere	96	96	98	100	100	98	95	96	93	91	88
Fahrrad	93	79	78	95	97	94	96	100	98	94	99
Puppen/Anziehpuppen/Barbiepuppen	90	96	97	98	97	95	89	93	86	77	76
Puzzle	89	92	88	93	97	92	90	86	85	83	82
Gesellschafts-/Kartenspiele	85	75	81	85	87	87	86	84	90	83	94
Sammelfiguren	73	79	78	77	86	82	81	72	64	59	58
Spielkästen (z.B. Playmobil, Lego)	63	70	66	61	70	62	71	62	58	54	57
Roller	52	63	66	64	63	60	54	57	42	36	19
Skateboard, Longboard, Inline-Skater	43	11	17	31	43	49	45	59	64	55	49
Spiele für Handheld/Spielkonsole	33	5	19	27	30	32	41	46	44	47	42
Handheld (z.B. Nintendo DS)	32	5	18	33	35	34	42	48	39	38	31
Fernseher	28	3	6	13	16	18	22	33	41	55	65
Kinder-Lerncomputer	24	13	22	35	31	26	27	35	20	19	13
Bastel-, Experimentierkästen	19	19	13	17	25	11	18	20	18	24	23
Spielkonsole	17	2	4	7	12	10	19	35	33	31	21
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	10	14	14	9	15	7	10	6	10	6	8

■ Top 3 in der jeweiligen Altersklasse ■ Überdurchschnittlich gemessen an gesamt 4-13 J.

Auch bei Jungen ist Bewegung groß geschrieben: Fahrrad ist Pflicht! Wichtiger als das Kuscheltier sind ihnen Spielkästen.



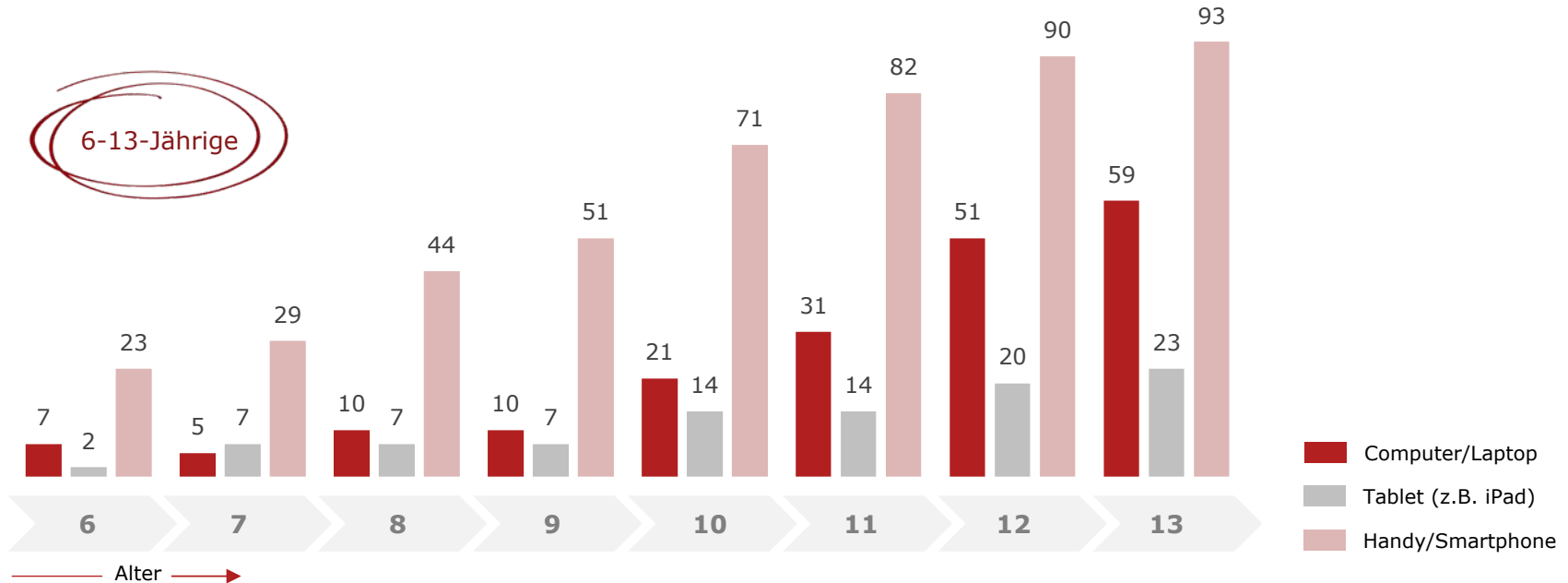
Besitz.

	Alter →										
	4-13	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Fahrrad	93	73	80	94	96	95	99	100	99	98	97
Spielkästen (z.B. Playmobil, Lego)	87	83	86	95	92	96	93	86	86	79	72
Puzzle	84	88	89	95	91	89	84	78	81	76	72
Gesellschafts-/Kartenspiele	79	70	67	74	87	81	83	83	78	84	78
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	77	69	65	82	78	86	82	78	84	79	70
Sammelfiguren	76	78	74	81	91	82	83	75	81	67	51
Plüsch-/Stofftiere	72	88	79	75	83	78	76	68	63	55	58
Bastel-, Experimentierkästen	62	28	32	48	53	69	78	77	84	76	70
Skateboard, Longboard, Inline-Skater	51	13	18	46	49	66	53	62	58	63	75
Roller	49	64	67	60	57	58	47	42	39	31	26
Handheld (z.B. Nintendo DS)	42	6	18	34	42	47	47	49	55	59	59
Spiele für Handheld/Spielkonsole	41	7	12	32	38	44	42	56	53	61	60
Fernseher	28	4	5	13	18	13	26	34	44	55	63
Spielkonsole	26	3	5	13	11	21	26	31	36	55	57
Kinder-Lerncomputer	22	16	17	31	29	27	28	23	18	14	17
Puppen/Anziehpuppen/Barbiepuppen	7	16	12	5	10	8	5	4	2	9	2

■ Top 3 in der jeweiligen Altersklasse ■ Überdurchschnittlich gemessen an gesamt 4-13 J.

Ein Viertel der Sechsjährigen besitzt ein Handy oder Smartphone.

Besitz Internetelektronik.



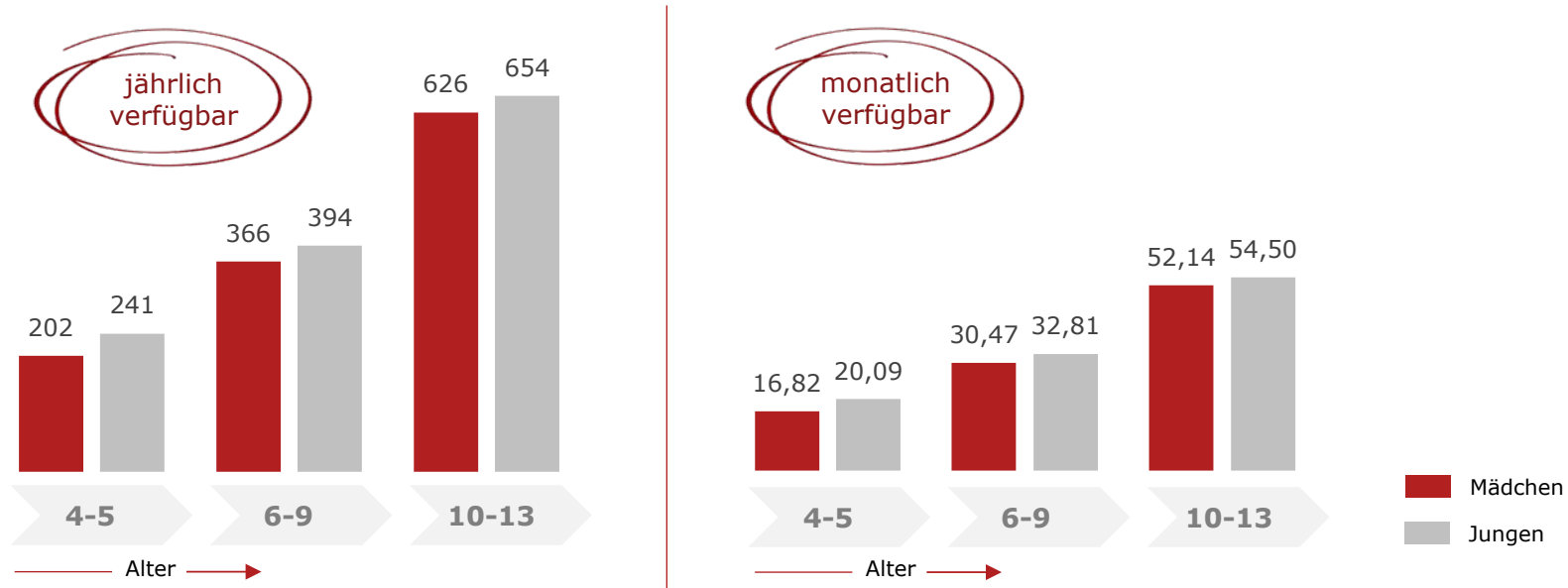


GELD

Young Digital Natives sind kaufkräftig. Jungen kriegen mehr als Mädchen!



Verfügbares Geld: Monatliches Taschengeld & Geldgeschenke*,
 die das Kind zusätzlich zu besonderen Anlässen im Jahr erhält.



*Geldgeschenke: Erhaltenes Geld zum Geburtstag, zu Weihnachten und zu Ostern.
 Evtl. Abweichungen vom monatlich verfügbaren Betrag x 12 zum jährlich verfügbaren Betrag = Rundungsdifferenzen.

Basis: 7,17 Mio. Gesamt 4-13 Jahre, Angaben in Euro. 4-5-Jährige: Antworten der Eltern, 6-13-Jährige/Taschengeld: Antworten der Kinder.
 6-13-Jährige/Geldgeschenke: Antworten der Eltern.

Ausgabe Taschengeld: Kernbotschaften.

- Das Taschengeld wird zunächst für Primärbedürfnisse wie Essen und Trinken ausgegeben.
- Die Wertschätzung für Printmedien steigt - mit zunehmendem Alter wird immer mehr Taschengeld in Zeitschriften und Magazine investiert.
- Die „nächste“ Non-Food-Kategorie (Spielzeug) liegt mit 18% weit abgeschlagen.
- Bücher erfreuen sich mit zunehmendem Alter größerer Beliebtheit, sie werden mit dem Schulwechsel vermehrt gekauft. (Das gilt auch für Bekleidung, Schmuck und Uhren).
- Spiele-Apps, Online-Spiele sind das Taschengeld nicht wert.

Taschengeld: Süßes und Printmedien stehen ganz oben auf der Einkaufsliste.



Kind gibt sein Taschengeld aus für ... (Auswahl)

	Alter →	4-13	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Süßigkeiten/ Kekse/ Kaugummi	68	49	51	79	68	70	76	71	64	69	67	
Zeitschriften, Magazine, Comics	50	14	25	41	43	48	51	60	58	63	63	
Eis	45	32	29	51	47	50	42	46	49	42	49	
Getränke	36	16	5	30	31	38	37	37	48	44	47	
Essen unterwegs/ Fast Food	28	3	4	11	14	21	21	31	43	51	56	
Salzige Knabbersachen, Chips, Nüsse	24	8	11	19	22	21	29	25	29	30	31	
Spielzeug, Spiele	18	22	22	19	20	22	16	24	15	11	12	
Sticker/ Sammelkarten	17	12	22	16	18	23	19	21	16	11	14	
Sammelfiguren (z.B. Filly, Lego Minifiguren, Schleich)	14	15	23	14	18	21	19	13	11	5	8	
Bücher	9	2	3	4	5	8	8	12	12	16	15	
Bekleidung, Schmuck, Uhren	9	0	1	0	2	2	6	10	15	18	21	
Hörspiel-CDs, Hörbücher	6	3	10	3	4	7	5	7	8	3	5	
Spiele-Apps, Online-Spiele	3	0	0	1	1	1	3	4	3	8	8	

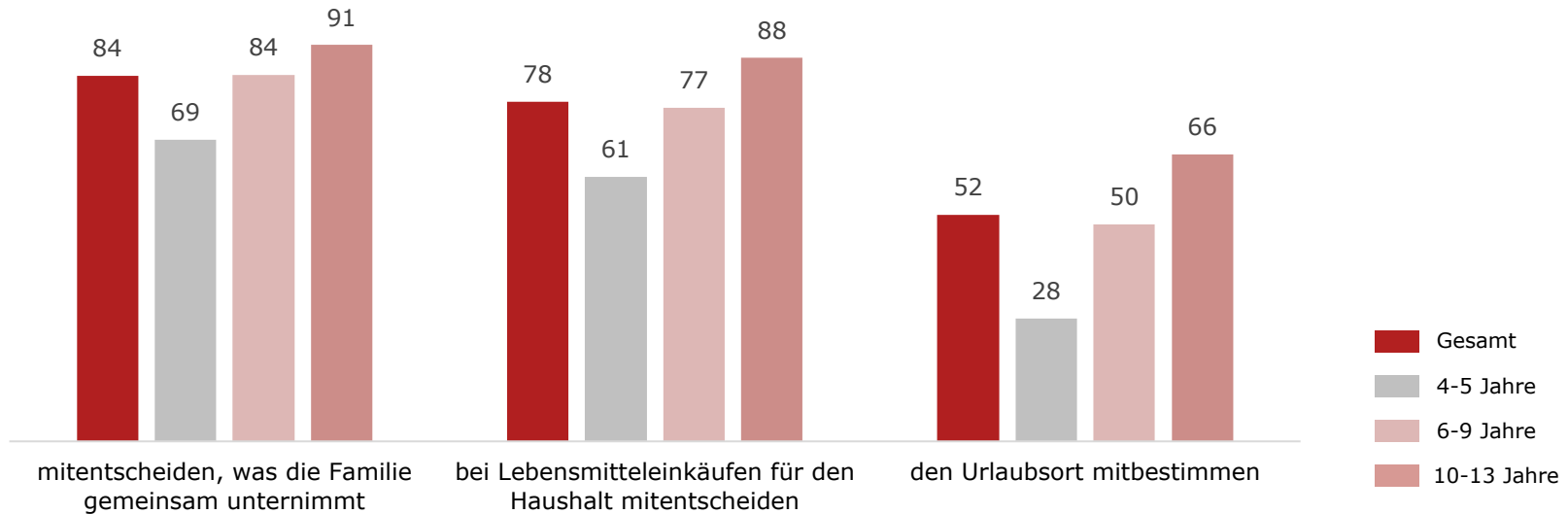
■ Top 3 in der jeweiligen Altersklasse ■ Überdurchschnittlich gemessen an gesamt 4-13 J.



FREIRÄUME & INFOQUELLEN

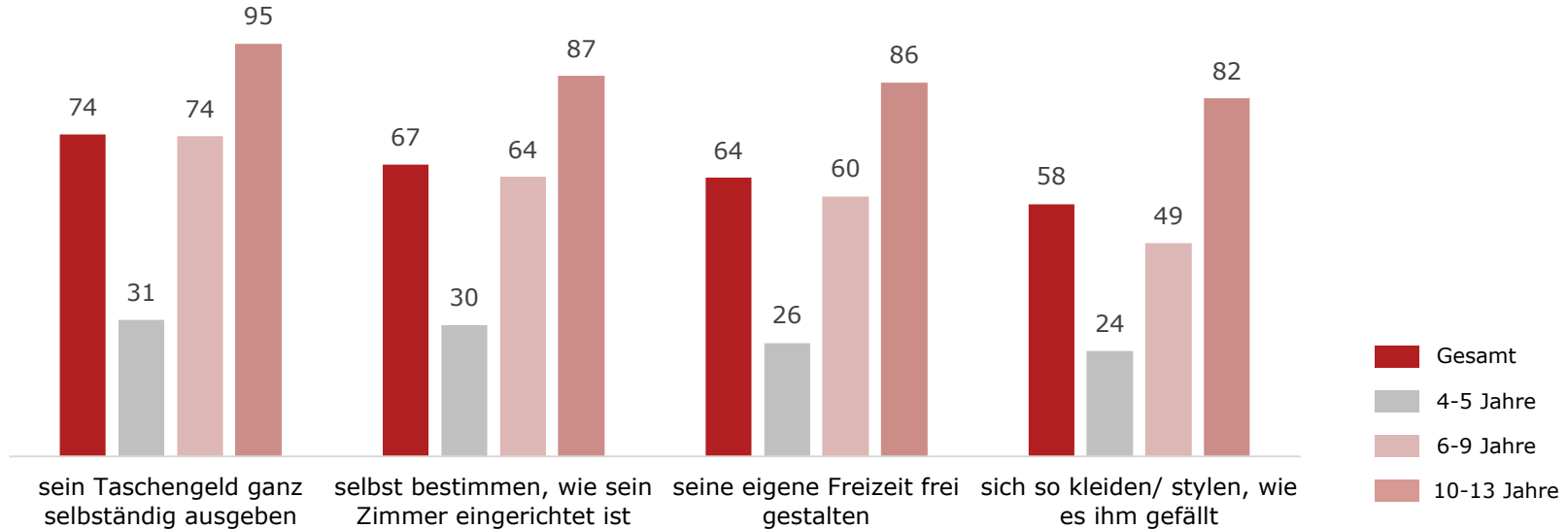
Kinder sind auch Entscheider!

Mitbestimmung innerhalb der Familie (Auswahl). Das Kind darf ...



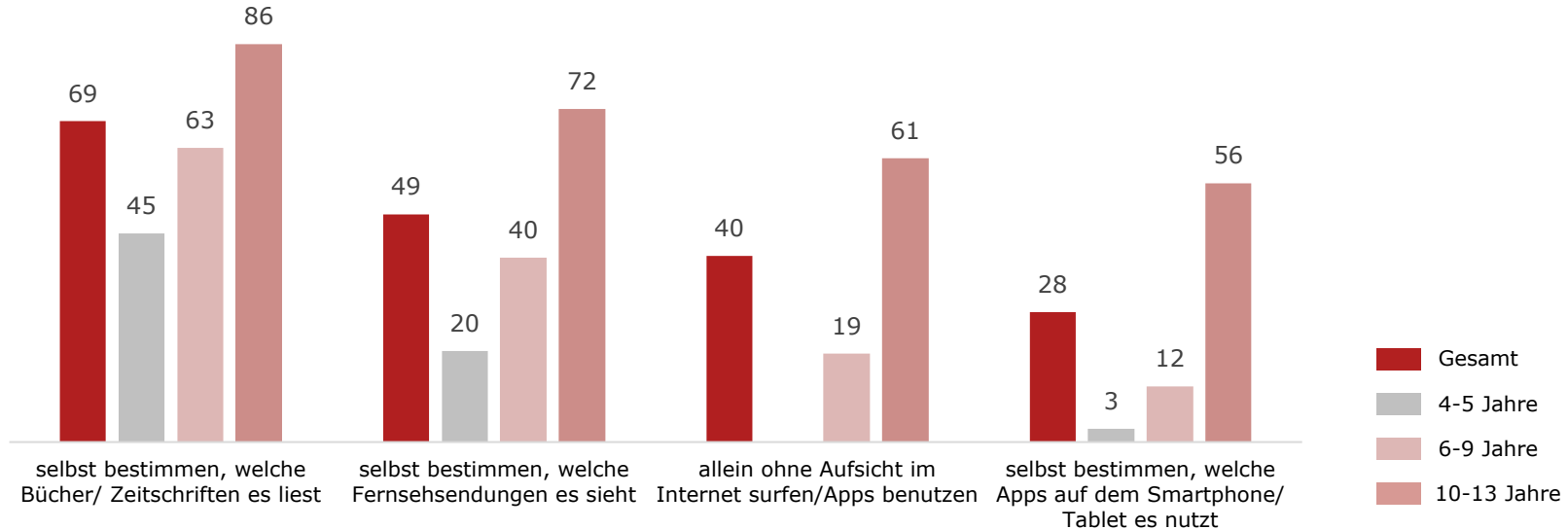
Kindern wird Vertrauen geschenkt: Sie werden schon frühzeitig zur Selbständigkeit erzogen.

Selbstbestimmung. Das Kind darf ...



Mediale Freiräume werden Kindern vor allem bei Printmedien eingeräumt.

Mediale Freiräume. Das Kind darf ...



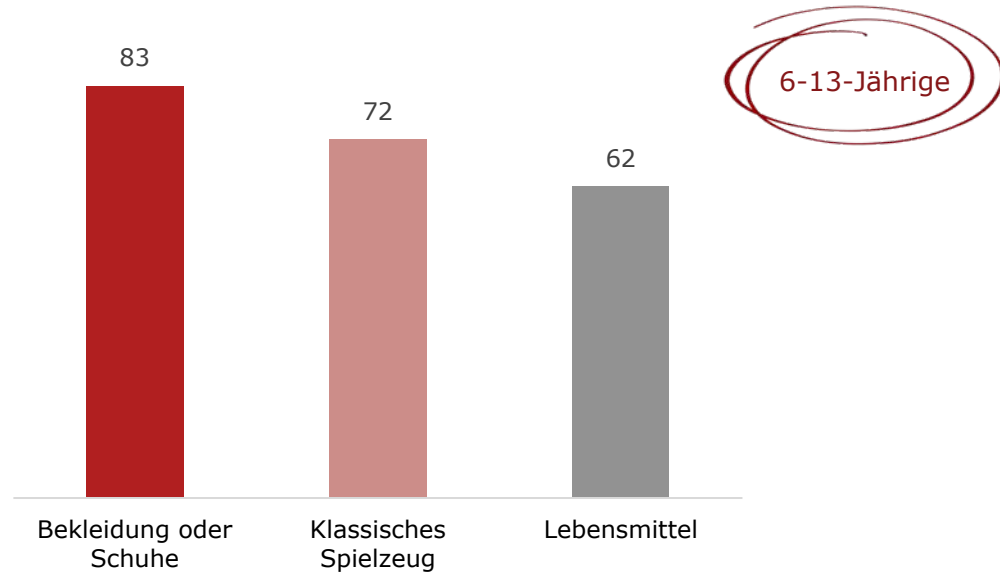
„Allein ohne Aufsicht im Internet surfen/Apps benutzen“ nicht abgefragt bei 4-5-Jährigen.

Basis: 7,17 Mio. Gesamt 4-13 Jahre, Angaben in %. Antworten der Eltern.



Eltern fragen ihre Kinder beim Einkauf.

Kinder sind häufig die wichtigste Informationsquelle der Eltern bei Einkäufen für das Kind (Auswahl).



TOP 3-Kategorien, in denen Eltern ihre Kinder hauptsächlich als Informationsquelle nutzen.

Basis: 5,79 Mio. Gesamt 6-13 Jahre, Angaben in %.
Antworten der Eltern.



THEMENINTERESSE

Themeninteresse: Kernbotschaften.

THEMENINTERESSE ALLGEMEIN

- Klischee olé: Mädchen lieben Prinzessinnen und Tiere. Jungs stehen auf Fußball, Autos und Superhelden.
- Im Lauf der Entwicklung verschieben sich die Interessen, andere Themen rücken in den Fokus. Bei den 12- und 13-Jährigen gewinnen Natur und Umwelt, Reisen und aktuelle Themen an Bedeutung.

MÄDCHEN

- Junge Mädchen lieben Pferde, (Haus)Tiere, Prinzessinnen.
- Immerhin: Jedes dritte 13-jährige Mädchen interessiert sich für Sport & Fußball.

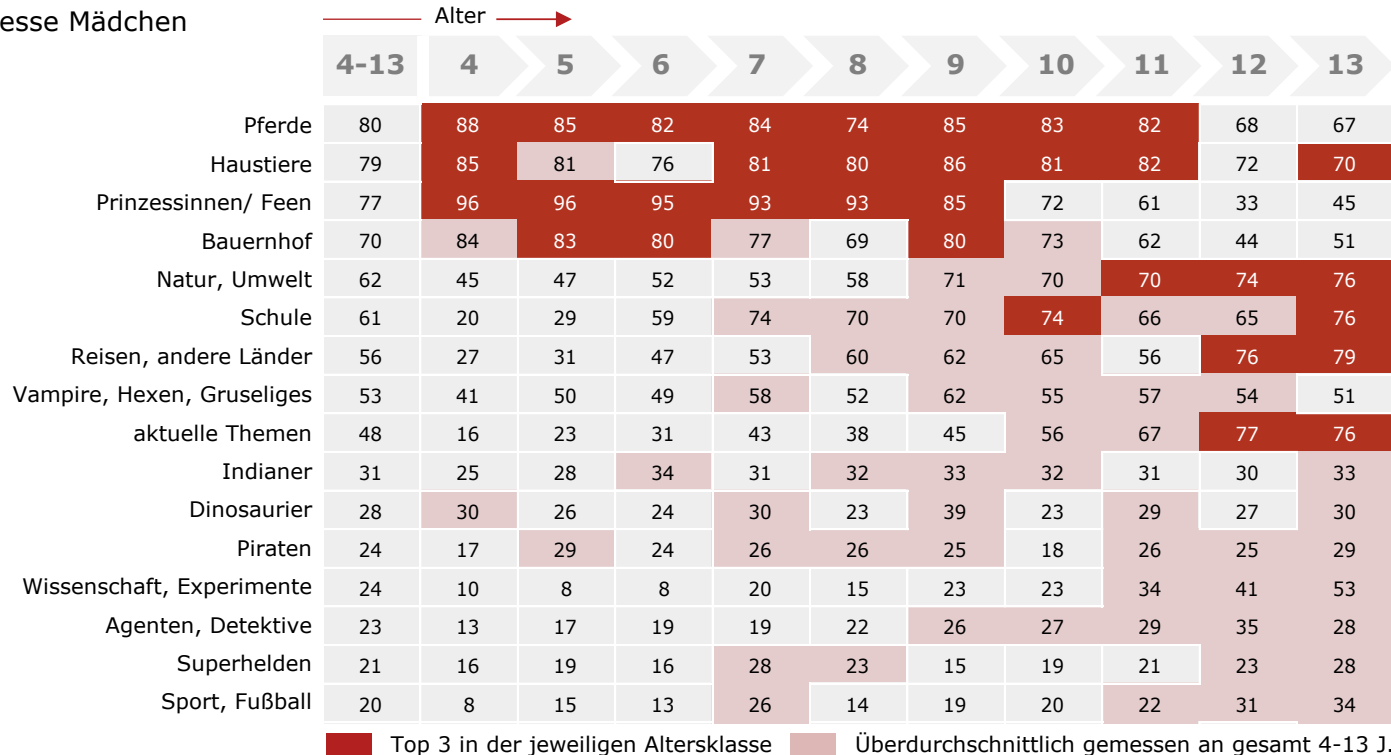
JUNGEN

- Mit Autos und Superhelden kriegst du alle Jungen!
- Sport, Fußball kommt verstärkt mit dem Schuleintritt hinzu.
- Indianer, Ritter und Feuerwehr erreichen die Jungen bis zum Ende der Grundschule.



Typisch: Mädchen lieben Prinzessinnen und Tiere ...

Themeninteresse Mädchen
 (Auswahl).





... Jungen stehen auf Fußball, Autos und Superhelden.

Themeninteresse Jungen
(Auswahl).

	Alter →										
	4-13	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Sport, Fußball	81	57	70	81	86	80	86	84	86	91	86
Autos	81	79	84	81	84	84	86	73	82	81	75
Superhelden	79	70	73	92	88	84	90	76	88	68	65
Piraten	73	80	84	84	82	84	78	75	71	43	50
Agenten, Detektive	68	39	46	71	74	75	75	73	83	70	71
Weltraumabenteuer	66	38	53	66	71	69	77	75	72	66	73
Indianer	64	70	77	72	67	71	72	61	61	42	51
Ritter	64	72	81	77	72	74	67	64	57	39	36
Natur, Umwelt	63	41	55	62	67	67	66	70	71	61	72
Feuerwehr	62	81	82	73	68	60	69	47	50	49	44
Dinosaurier	61	68	64	71	65	68	69	66	56	46	42
Wissenschaft, Experimente	57	25	29	55	57	62	67	69	65	70	71
aktuelle Themen	53	19	22	48	60	48	64	60	64	71	69
Reisen, andere Länder	52	25	27	50	61	53	56	62	56	59	68
Schule	49	16	20	61	68	51	61	53	50	56	55
Haustiere	45	56	59	49	57	48	53	39	36	26	29

■ Top 3 in der jeweiligen Altersklasse ■ Überdurchschnittlich gemessen an gesamt 4-13 J.

The background of the slide is a close-up, artistic photograph of the fore-edge of a thick stack of books. The pages are layered and slightly curved, creating a sense of depth and texture. The lighting is soft, highlighting the edges of the pages. A solid red rectangular box is positioned in the lower right quadrant of the image, containing the title text in white.

Kinder- Kaufzeitschriften

Young Digital Natives lesen Zeitschriften!

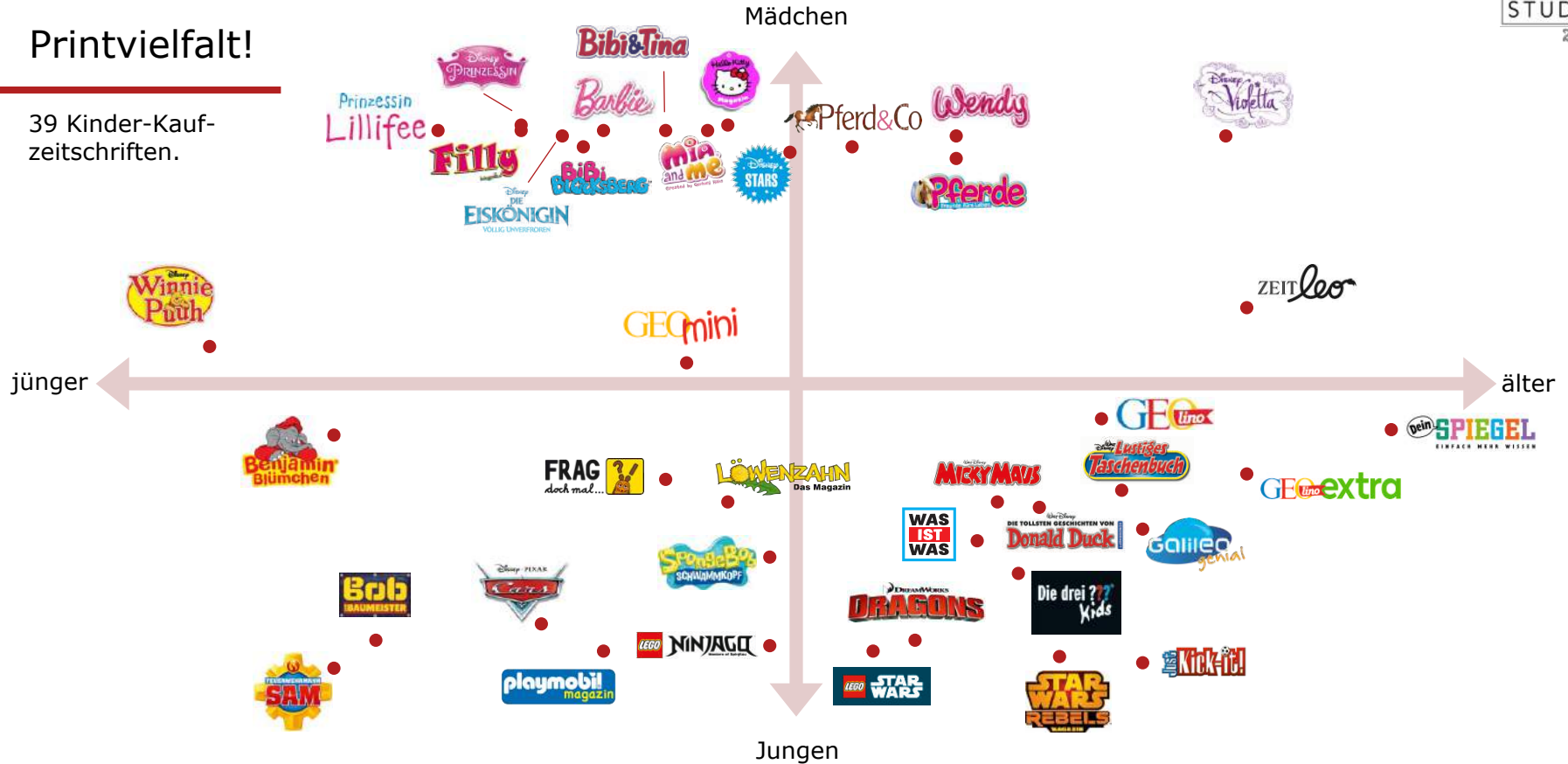
Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften (netto).

6-13-Jährige

71,5%

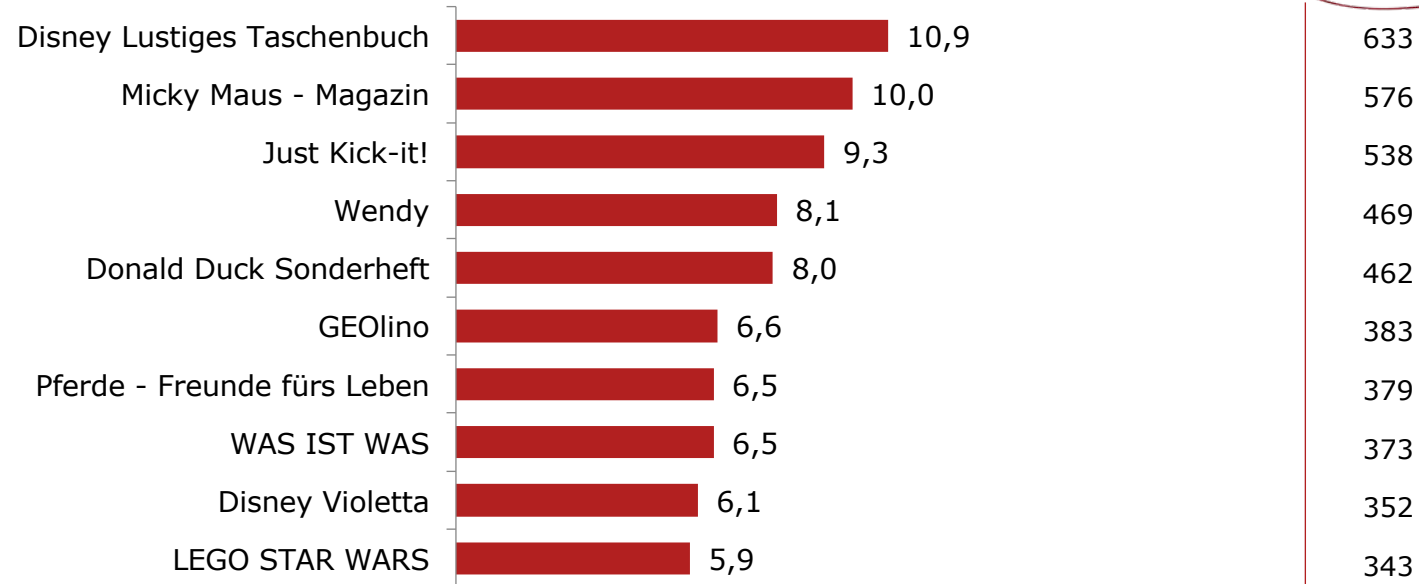
Printvielfalt!

39 Kinder-Kauf-
zeitschriften.



Bei den 6-13-Jährigen führt Disney Lustiges Taschenbuch die Leseliste an.

Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Gesamt 6-13 Jahre.

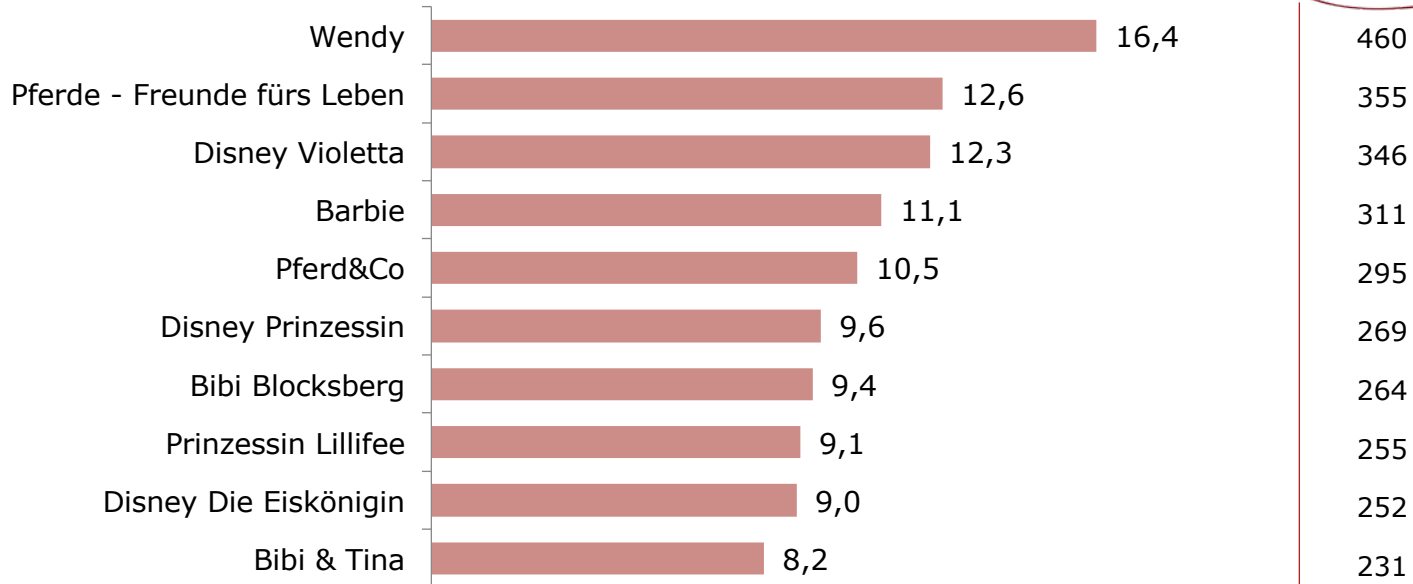


in TSD

Bei den Mädchen im Alter von 6-13 Jahren steht Wendy auf Platz 1 ...



Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Mädchen 6-13 Jahre.

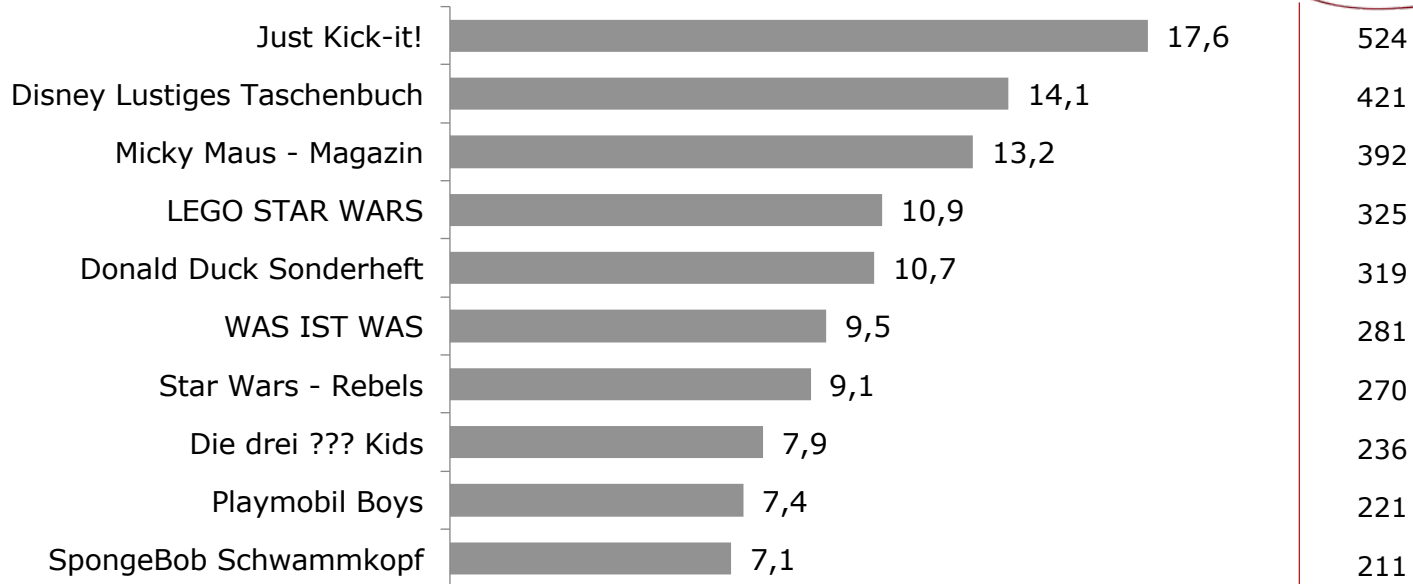


in TSD



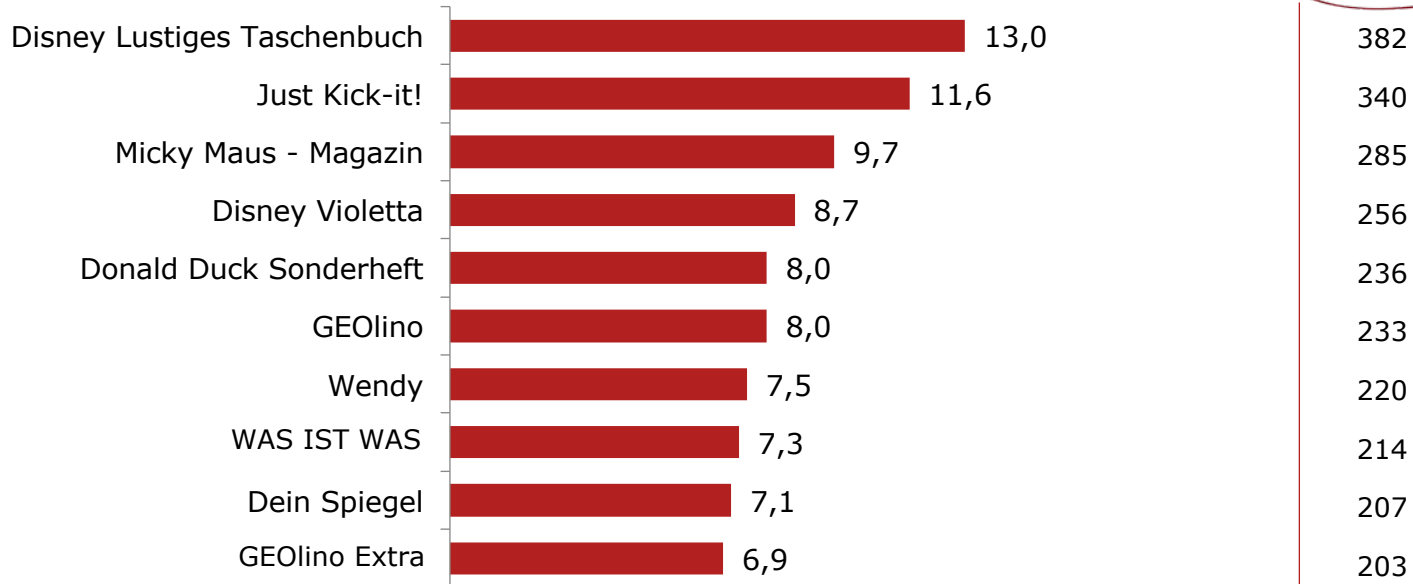
... bei den Jungen Just Kick-it!

Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Jungen 6-13 Jahre.



Bei den 10-13-Jährigen steht Disney Lustiges Taschenbuch ganz vorn.

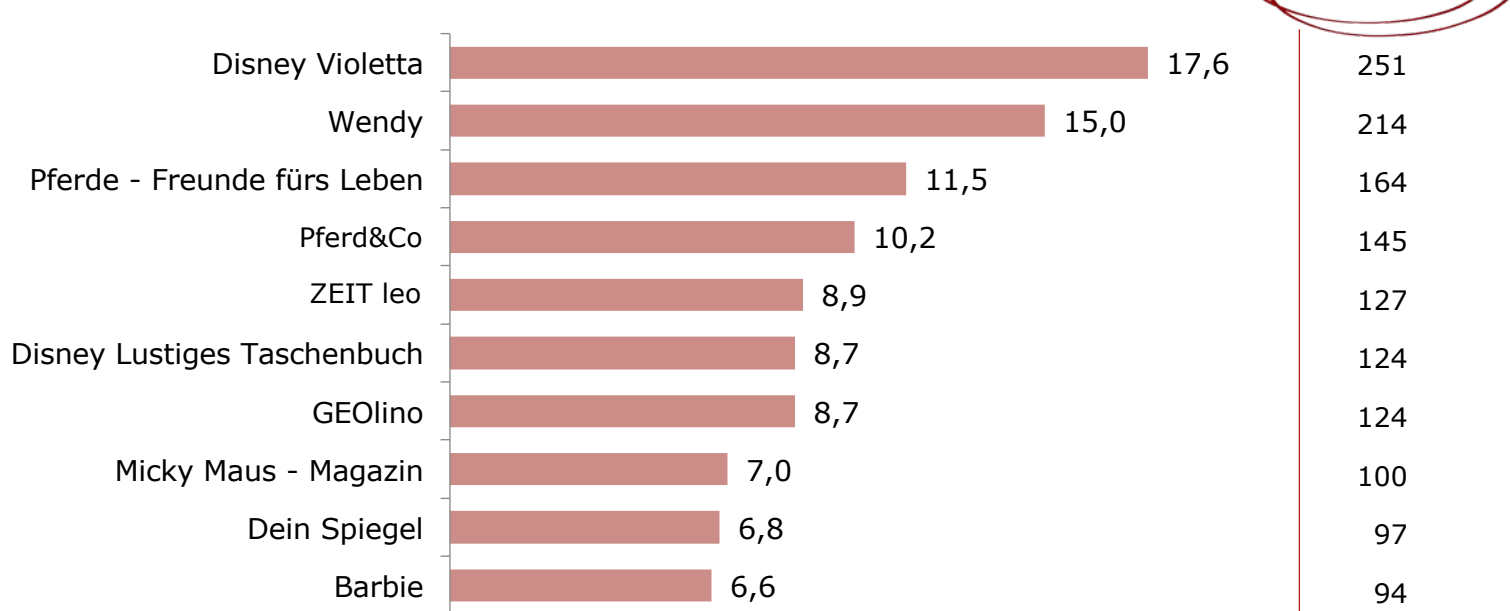
Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Gesamt 10-13 Jahre.



Bei den Mädchen im Alter von 10-13 Jahren steht Disney Violetta auf Platz 1 ...



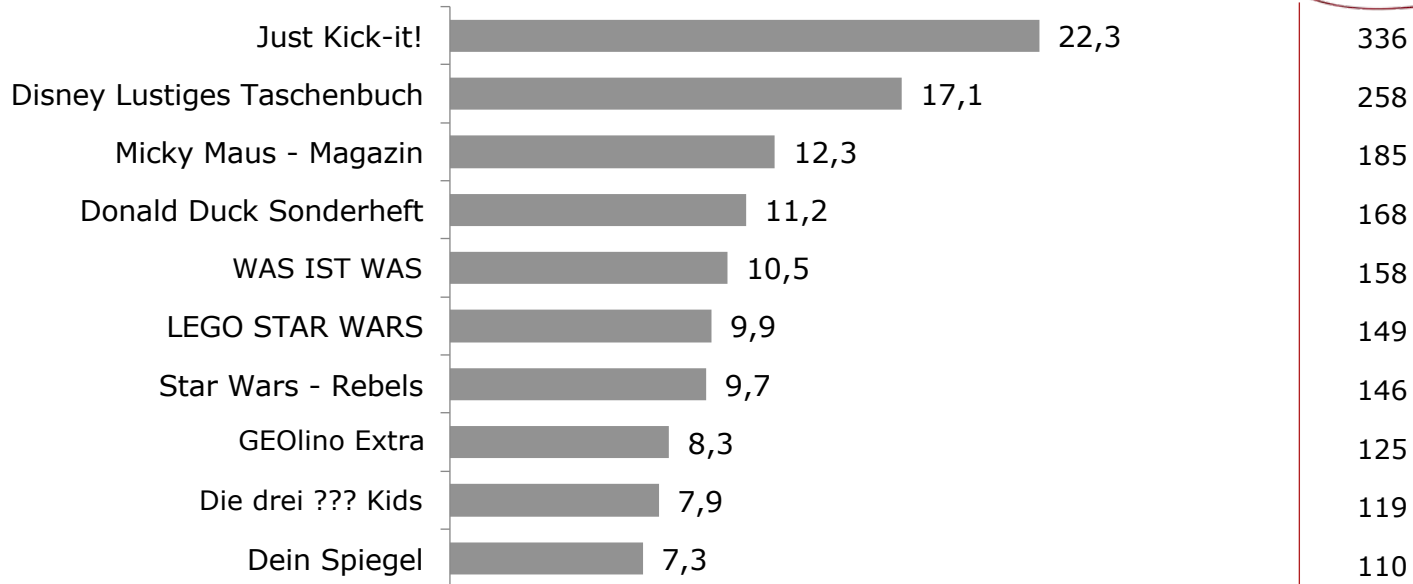
Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Mädchen 10-13 Jahre.





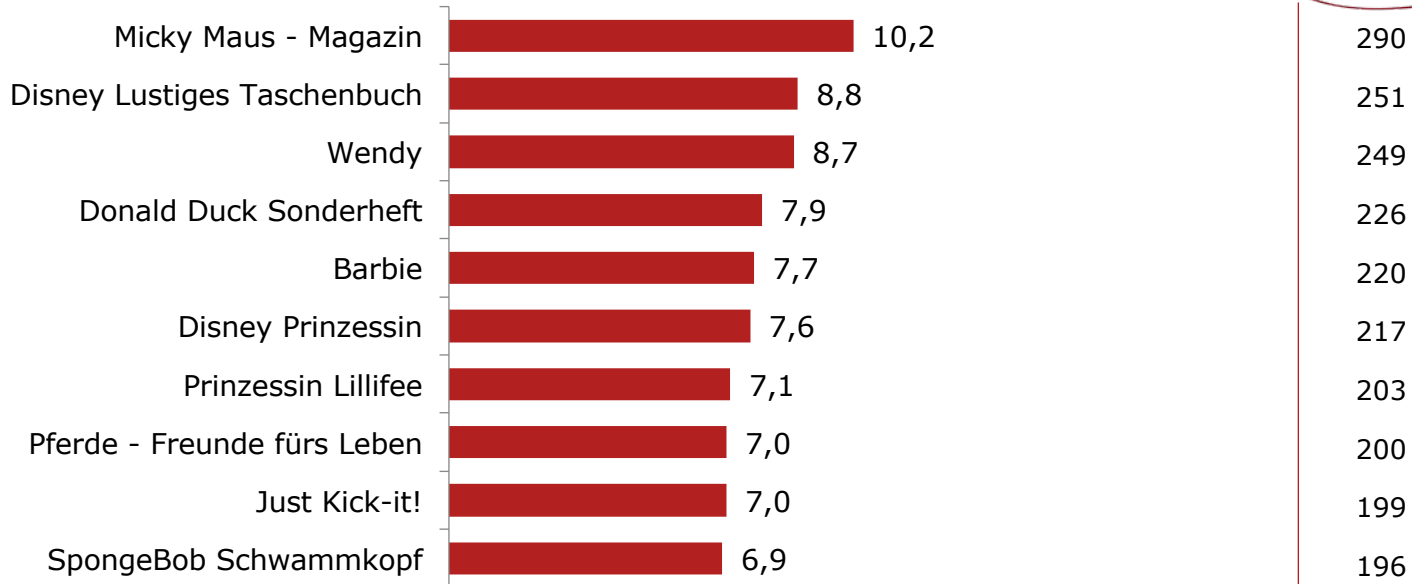
... bei den Jungen Just Kick-it!

Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Jungen 10-13 Jahre.



Bei den 6-9-Jährigen hat das Micky Maus-Magazin die Nase vorn.

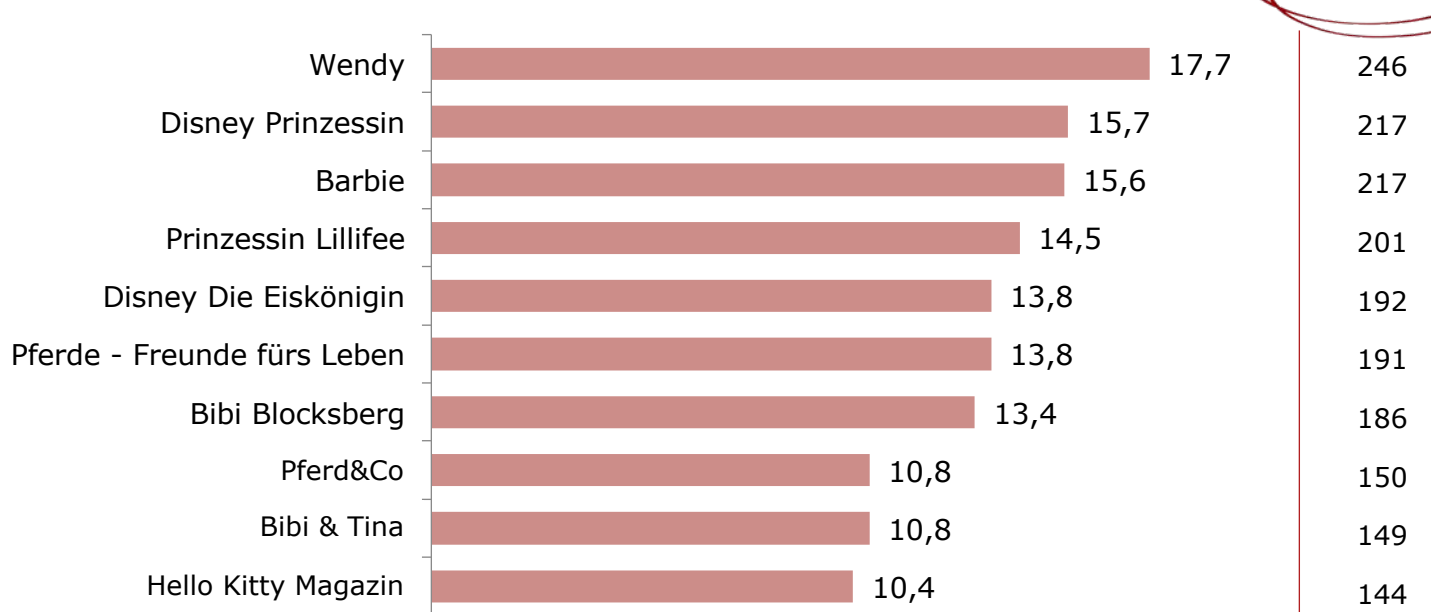
Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Gesamt 6-9 Jahre.



Mädchen im Alter von 6-9 Jahren lesen am liebsten Wendy ...



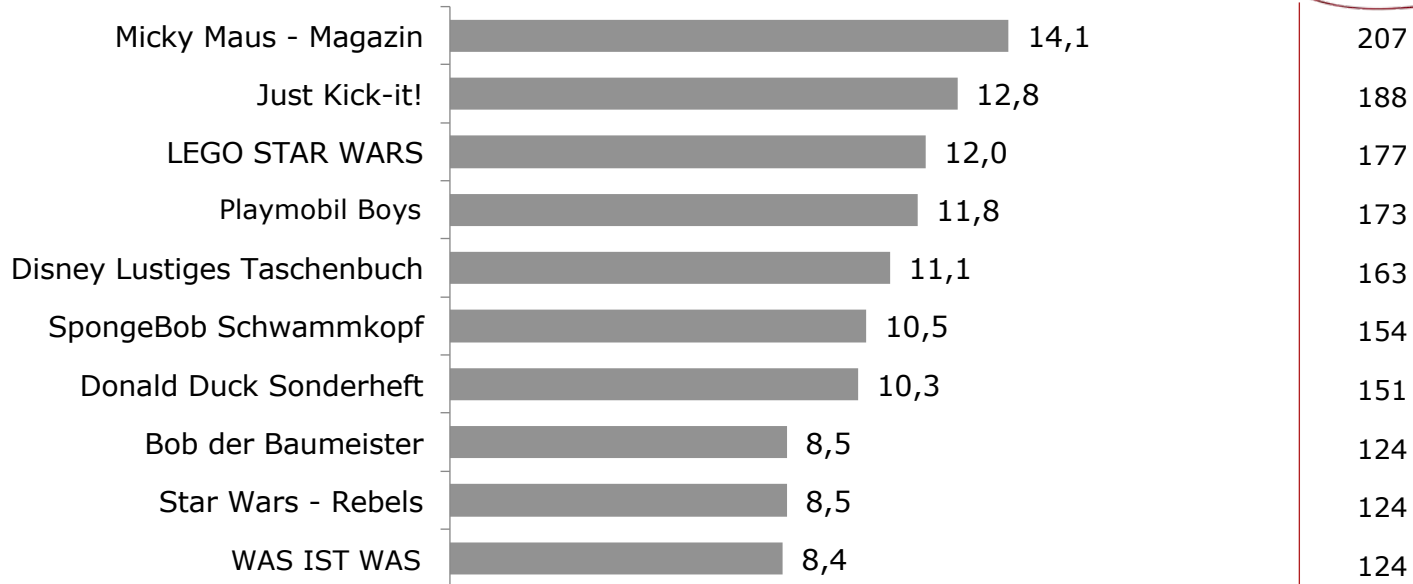
Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Mädchen 6-9 Jahre.





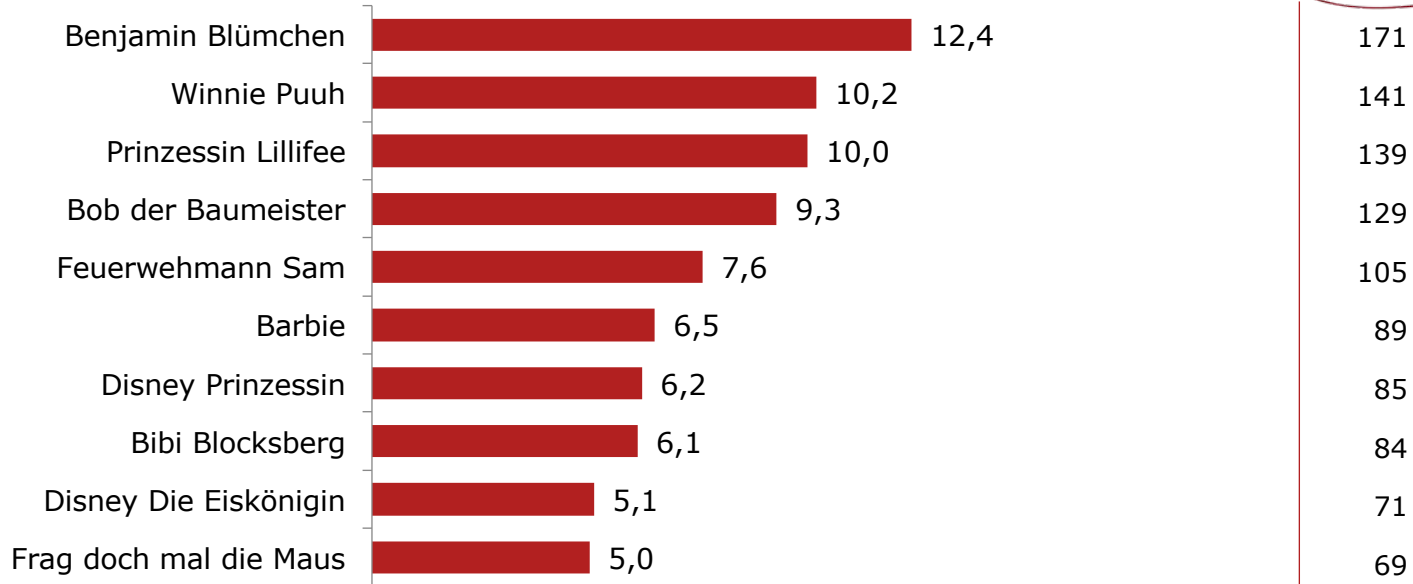
... die Jungen das Micky Maus-Magazin.

Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Jungen 6-9 Jahre.



In der Gesamtbetrachtung der 4-5-Jährigen steht Benjamin Blümchen vorn.

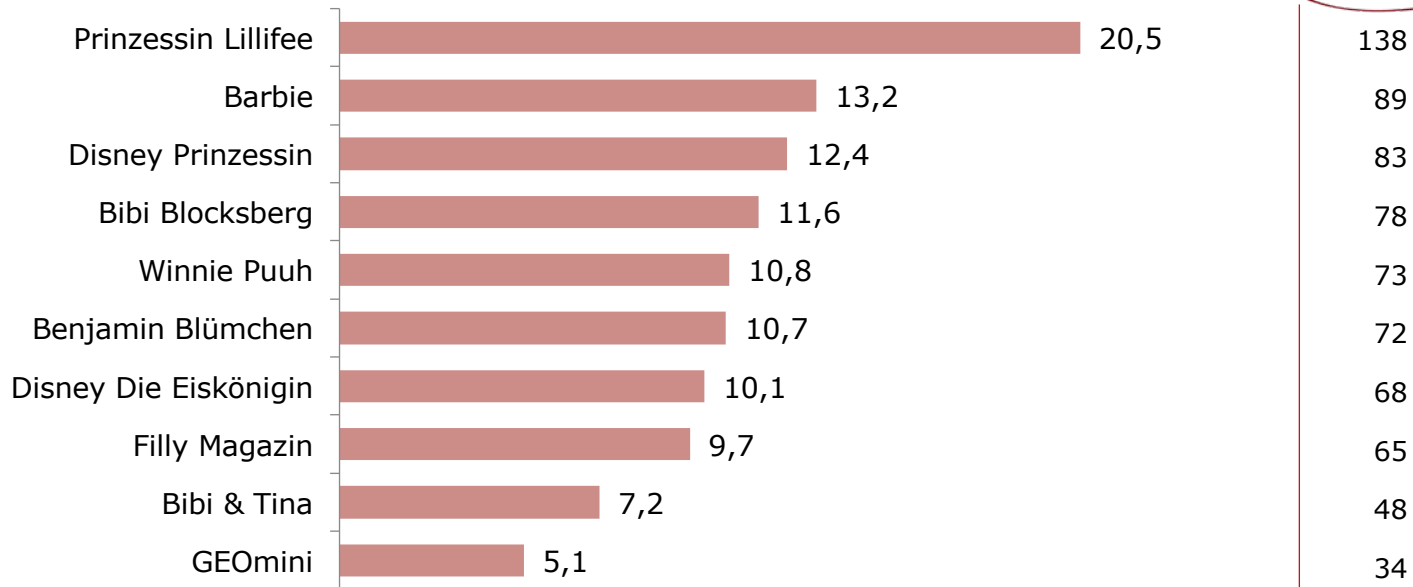
Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Gesamt 4-5 Jahre.





Kleine Mädchen lesen am liebsten Prinzessin Lillifee.

Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Mädchen 4-5 Jahre.

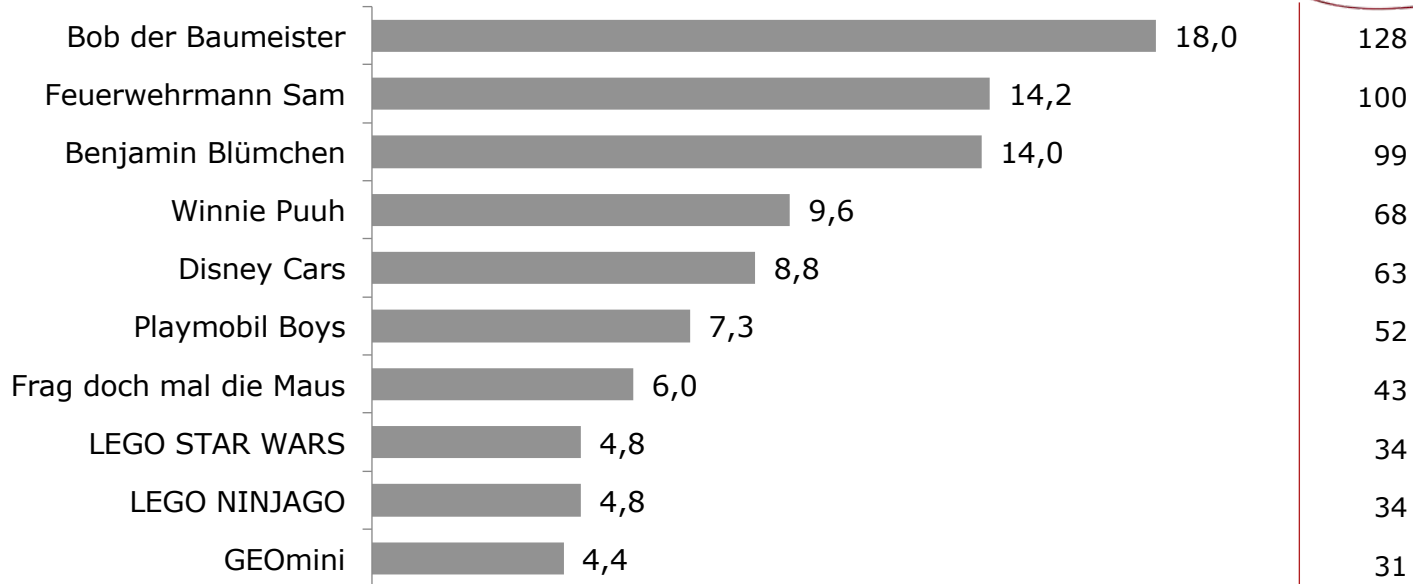


in TSD

Auf Platz 1 bei den Jungen im Alter von 4 bis 5 Jahren steht Bob der Baumeister.

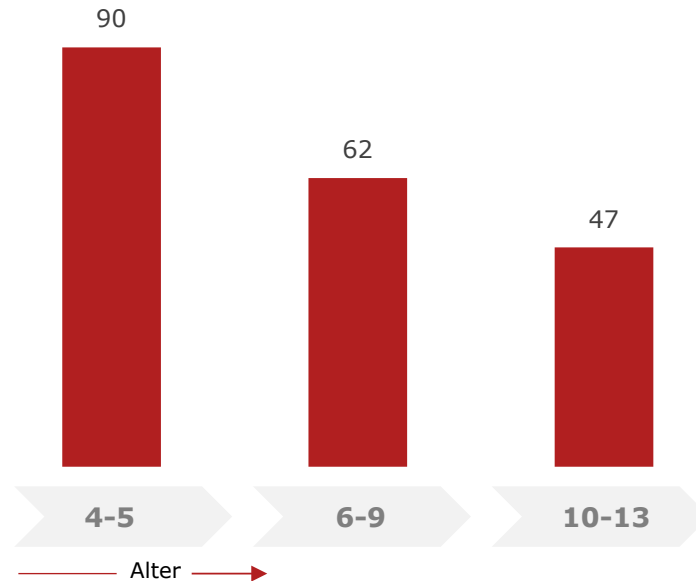


Top 10: Reichweite Kinder-Kaufzeitschriften Jungen 4-5 Jahre.



Kinderzeitschriften erreichen auch die Eltern!

Elternteil liest mindestens manchmal mit.

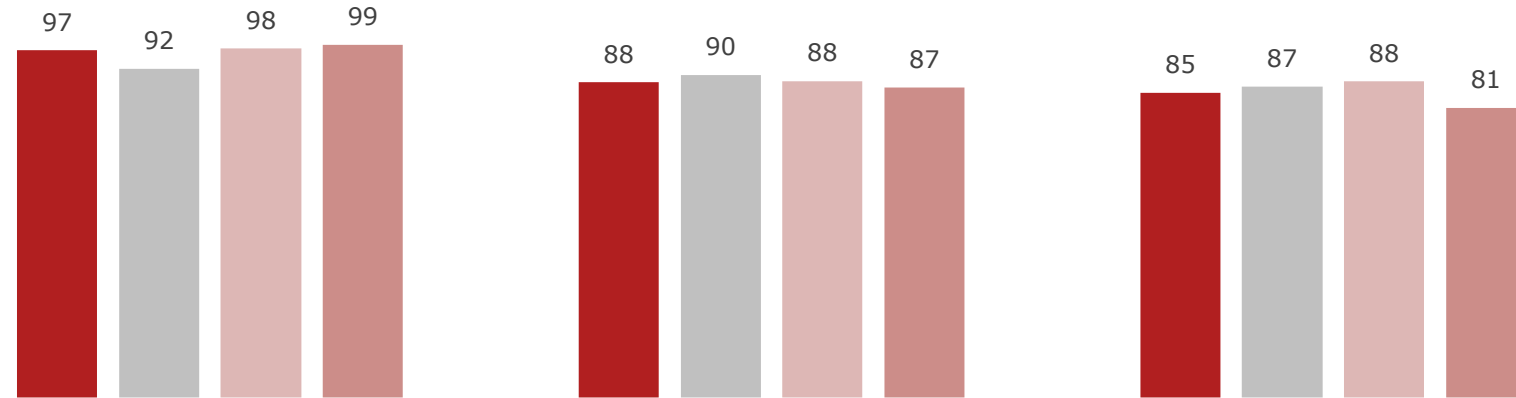


Auf jeweiliger Basis der Leser.

Basis: 7,17 Mio. Gesamt 4-13 Jahre, Angaben in %.
Antworten der Eltern.

Zeitschriften werden in jedem Alter intensiv und konzentriert genutzt.

Umgang mit Zeitschriften (Auswahl). Trifft zu/trifft teilweise zu.



Die Zeitschriften werden meist vollständig durchgelesen/-geblättert.

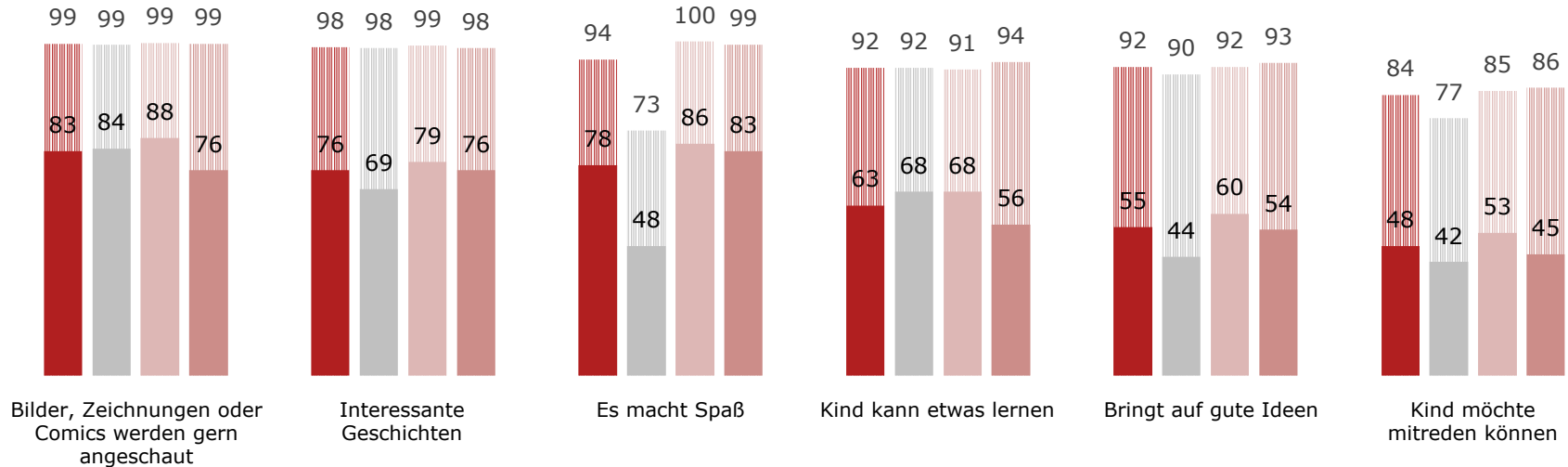
Beim Lesen der Zeitschriften werden nebenbei keine anderen Sachen gehört oder geschaut.

Die Zeitschriften werden gesammelt/aufbewahrt.

■ Gesamt
 ■ 4-5 Jahre
 ■ 6-9 Jahre
 ■ 10-13 Jahre

Print kommt an!

Lesegründe Zeitschriften (Auswahl). Trifft zu & trifft zu/teilweise zu (schraffiert).



Gesamt
 4-5 Jahre
 6-9 Jahre
 10-13 Jahre

„Weil meine Freundinnen das auch lesen, und ich will nicht die Dumme sein!“

Lesegründe. Offene Statements von Mädchen und Jungen.
Ich lese gern Zeitschriften, weil ...

... ich dann einfach
mal Zeit für mich
und Ruhe habe.

... ich mit 12 dann die
Wissenschaft verständlich
finde und in der Schule ein
bisschen schlauer bin!!!

... da immer tolle
Geschichten und
Bilder drin sind.

... man da schön
träumen kann.

... ich da immer
was lese, was ich
noch nicht weiß.

... weil man die
Zeitschriften immer mal
wieder aufschlagen und
etwas darin anschauen
kann.

... ich da Sachen finde, über
die ich mich mit anderen gut
unterhalten kann.

... das Spaß macht
und ich dort viele
tolle Ideen finde.

... da viele
Informationen
kompakt sind und
nicht so zerstreut.

... ich wissen will,
was los ist.

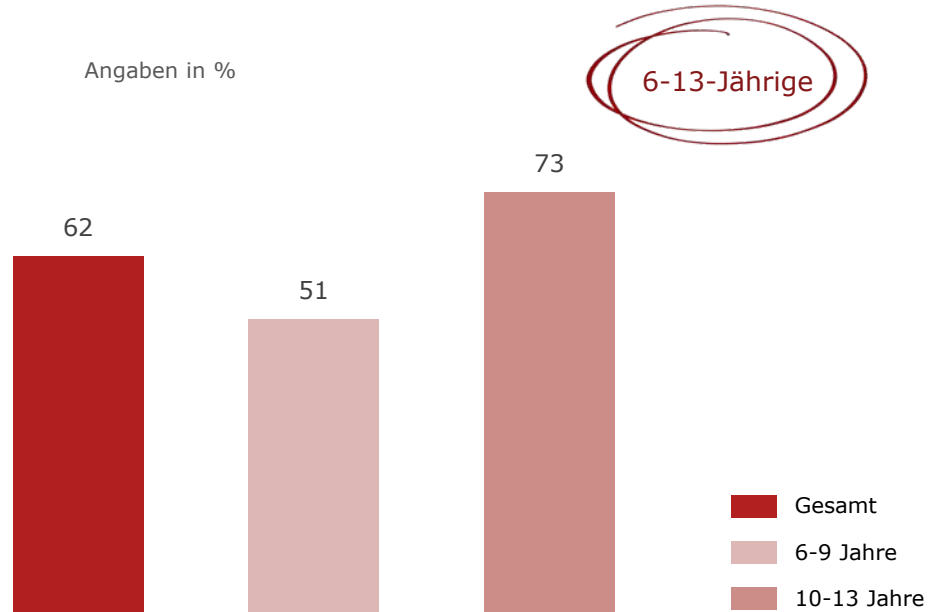
... das nie langweilig ist
und man es überall
machen kann.



Zeitschriften lesen – eine bewusste Entscheidung!

Selbst gekauft oder per Post/Abonnement (Auswahl).

Angaben in %



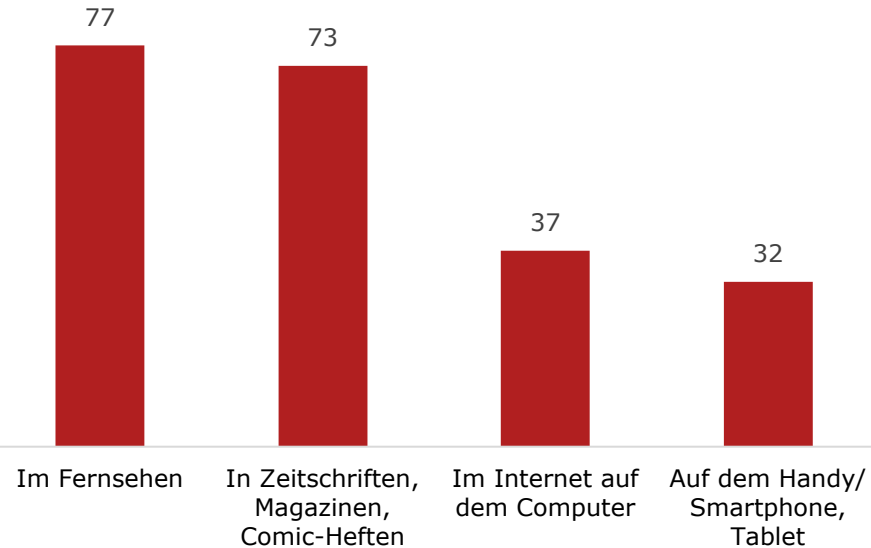
A young girl with brown hair, wearing a green polka-dot shirt and a blue scarf, is smiling and touching a tablet computer. She is sitting at a desk in a library, with bookshelves filled with books in the background. A red banner is overlaid on the bottom right of the image, containing the title text.

EINSTELLUNG ZU WERBUNG & MEDIENAKZEPTANZ

Werbung? Am liebsten im TV oder in Zeitschriften!

6-13-Jährige

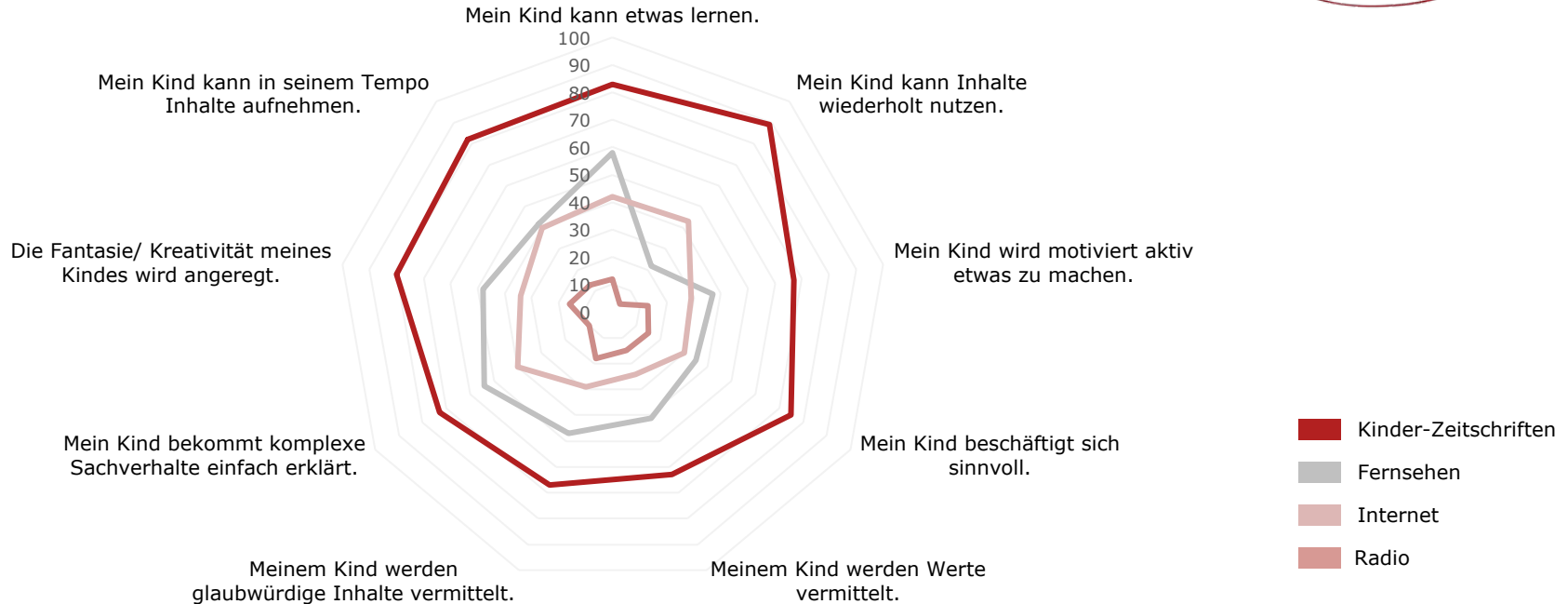
Werbung finde ich sehr gut/gut (Auswahl).



Eltern vertrauen vor allem Printmedien ...

6-13-Jährige

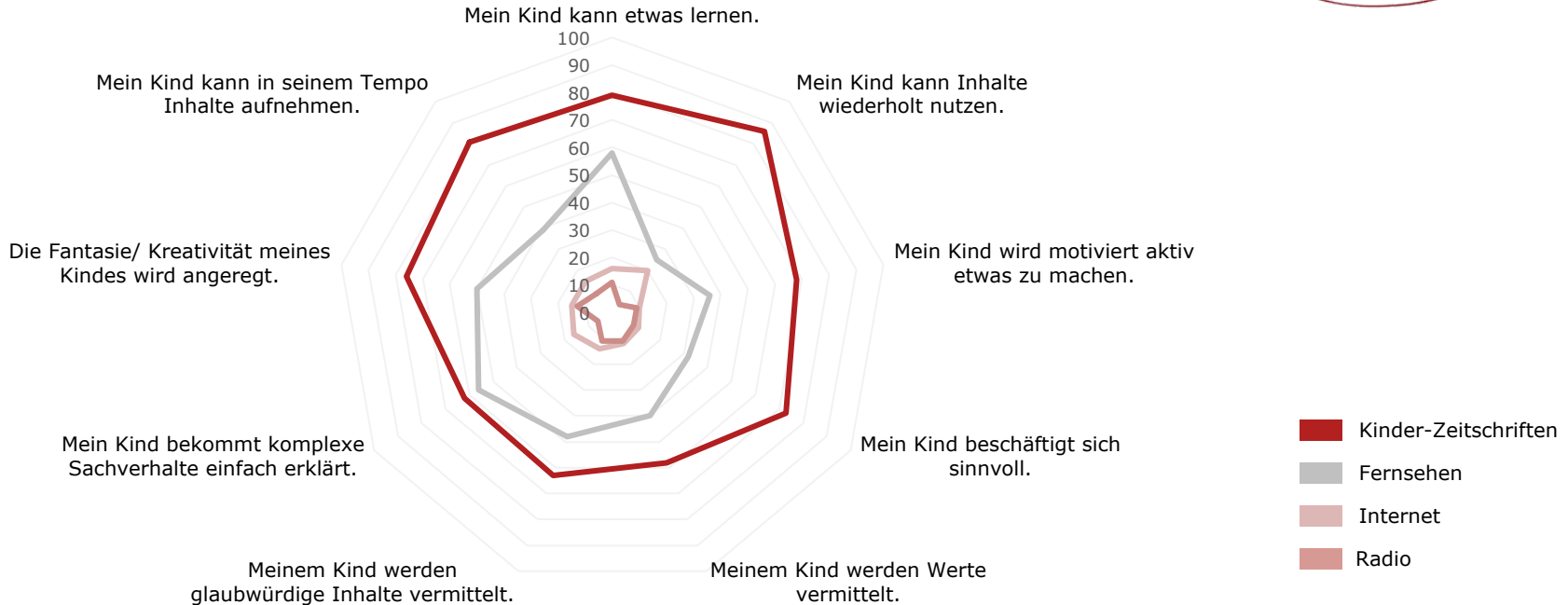
Medienakzeptanz (Auswahl).



... egal, wie alt ihr Kind ist!

4-5-Jährige

Medienakzeptanz (Auswahl).



„Weil das Kind dann neue Ideen bekommt und gleichzeitig den Wortschatz erweitert.“

Lesegründe. Offene Statements von Eltern.

Ich freue mich, dass mein Kind Zeitschriften liest, weil ...

... damit die persönliche Entwicklung gefördert wird.

... es dadurch eine sinnvolle Beschäftigung hat, und es fördert das Lesen und die Rechtschreibung.

... das an neue Themenfelder heranführt.

... das aktiver als Fernsehen ist.

... die Themen kindergerecht und modern sind.

... es da tolle Ideen bekommt und sich selber damit beschäftigt.

... es durch Kinder-Zeitschriften ruhiger wird. Die Hektik des Tages und der elektronischen Medien wird zurückgedreht.

... das die Fantasie und die Kreativität fördert.

... das eine anspruchsvolle Form der Unterhaltung fürs Kind ist.

... das die Leistungen in der Schule steigert.

... die Zeitschrift eine wertvolle Ergänzung zu Fernsehen und Büchern ist.

A group of five diverse children are running joyfully across a green lawn. From left to right: a boy in a white t-shirt and grey pants, a girl in a white tank top with blue polka dots and shorts, a girl in a white t-shirt, a boy in a white t-shirt with a blue jacket over his shoulder, and a girl in a pink cardigan. They are all smiling and appear to be in motion. The background is a dense line of green trees under a bright sky.

FAZIT

Young Digital Natives – Wie digital sind sie wirklich?

- ✓ Digital ist attraktiv, aber: 72 Prozent aller deutschen Kinder zwischen vier und 13 Jahren lesen auch 2017 privat noch mehrmals pro Woche von Papier.
- ✓ Der Reiz des Gedruckten: Kinderbücher und -magazine erreichen mehr Sechs- bis 13-Jährige als YouTube und Spielekonsolen.
- ✓ Zusammen offline statt allein online: Kinder lieben es nach wie vor, mit Freunden im Freien zu spielen und mit der Familie aktiv zu sein.
- ✓ Frühe Ungleichbehandlung? Jungen zwischen vier und 13 Jahren haben mehr Geld zur Verfügung als Mädchen. Beide Geschlechter investieren in Süßigkeiten und Lesestoff.
- ✓ Gedrucktes Vertrauen: Offline dürfen viele Kinder schon früh selbstständig entscheiden, was sie lesen. Online kontrollieren Eltern länger, was heruntergeladen und angesurft wird.
- ✓ Print wirkt: Eltern bewerten Kindermagazine positiver als andere Medien. Sie sehen in deren Nutzung eine „sinnvolle Beschäftigung“, bei der Kinder etwas lernen können.

A group of five diverse children are running joyfully across a lush green lawn. From left to right: a young boy with blonde hair in a white t-shirt and light grey pants; a girl with blonde hair in a white tank top with large teal polka dots and shorts; a girl with dark hair in a white t-shirt; a boy with dark skin in a white t-shirt and a blue denim jacket; and a girl with brown hair in a pink cardigan over a purple top. They are all smiling and appear to be in motion, with their hair and clothes slightly blurred. The background consists of dense green trees under a bright sky.

UNTERSUCHUNGS- STECKBRIEF

Untersuchungssteckbrief

Grundgesamtheit	5,79 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren 1,38 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 4 bis 5 Jahren
Stichprobe	1.647 Doppelinterviews ‚6-13 Jahre‘ (jeweils ein Kind und ein Erziehungsberechtigter) 394 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten für die 4- bis 5-Jährigen
Stichprobenverfahren	Quoten-Verfahren
Erhebungsmethode	C.A.P.I./C.A.S.I.
Feldzeit	13. Februar bis 9. April 2017
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

Jennifer Kilian
Blue Ocean Entertainment AG
Seidenstraße 19
70174 Stuttgart

Tel.: 0711-22 02 99 222
kilian@Blue-Ocean-AG.de
www.Blue-Ocean-AG.de

Johannes Varvakis
SPIEGEL-Verlag
Ericusspitze 1
20457 Hamburg

Tel.: 040-30 07 24 96
johannes.varvakis@spiegel.de
www.spiegel.de

Anja Väterlein
iq media marketing gmbh
Speersort 1
20095 Hamburg

Tel.: 040-328 01 89
Anja.Vaeterlein@iqm.de
www.iqm.de

Dirk Eggert
Egmont Ehapa Media GmbH
Egmont MediaSolutions
Alte Jakobstraße 83
10179 Berlin

Tel.: 030-24 00 81 16
d.eggert@egmont.de
www.egmont-mediasolutions.de
www.ehapa.de

Frauke Baer
Gruner + Jahr GmbH & Co KG
G+J Electronic Media Sales GmbH
Brand Solutions + Direct Sales
GEOLINO | GEOLINO EXTRA | GEOMINI
Am Baumwall 11
20459 Hamburg

Tel.: 040-37 03 – 2205
baer.frauke@guj.de
www.gujmedia.de

Steffen Volkmer
Panini Verlags GmbH
Rotebühlstraße 87
70178 Stuttgart
Tel: 0711-94 76 88 24
steffen.volkmer@panini.de
www.panini.de

Kontakt Media:
Tanja Backhaus
Blaufeuerverlagsvertretungen GmbH
Tel. 040-226 34 49 24
t.backhaus@blaufeuerverlagsvertretungen.com
www.blaufeuerverlagsvertretungen.com



DER SPIEGEL

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE

EGMONT
Ehapa Media

G+J

