



Pressemitteilung

6. August 2019

Kinder-Medien-Studie 2019: Konsum von Kinderzeitschriften auf hohem Niveau stabil

Lesen oder im Internet surfen? Drinnen oder draußen? Kiosk oder Sparbuch? Mit der dritten Kinder-Medien-Studie gehen Blue Ocean Entertainment AG, Egmont Ehapa Media GmbH, Gruner + Jahr, Panini Verlags GmbH, SPIEGEL-Verlag und ZEIT Verlag der Mediennutzung, dem Freizeit- und Konsumverhalten der 7,31 Millionen 4- bis 13-jährigen Mädchen und Jungen in Deutschland auf den Grund.

Die Schlüsselergebnisse der Untersuchung:

- **Lesen gehört zu den liebsten Freizeitbeschäftigungen von Kindern: 74 % bzw. 4,3 Millionen Mädchen und Jungen zwischen 6 und 13 Jahren lesen mindestens eine der 46 abgefragten Kinderzeitschriften. Damit bleibt die Gesamtreichweite auch im dritten Studienjahr auf hohem Niveau stabil.**
- **95 % der 6- bis 13-jährigen Kinder lesen Magazine meist komplett durch – hochkonzentriert: Die Ablenkung durch andere Medien ist für sie dabei tabu.**
- **Eltern schenken Kinderzeitschriften das meiste Vertrauen vor allen anderen abgefragten Medien: 74 % der befragten Mütter und Väter der 4- bis 13-Jährigen halten das Lesen von Magazinen für eine sinnvolle Beschäftigung für ihre Kinder.**
- **Kinder nutzen ihre starke Stimme: Fast alle 6- bis 13-jährigen Mädchen und Jungen erheben Anspruch auf ihre eigene Meinung und werden gehört. Sie haben Spaß, sich an Gesprächen zu beteiligen und werden von ihrem sozialen Umfeld zur Meinungsäußerung ermutigt.**
- **Kinder sind milliardenschwer: Insgesamt verfügen Sie über 3 Milliarden Euro pro Jahr aus Taschengeld und Geldgeschenken.**
- **Über ihr Geld dürfen die meisten Kinder frei verfügen (77 % der 4- bis 13-Jährigen). Sie geben ihr Geld vor allem für Süßigkeiten (70 %) und Kinderzeitschriften (52 %) aus.**
- **Kinder nutzen ihre Freiheit, mitbestimmen zu dürfen: Bei Käufen sind sie eine wichtige Informationsquelle für ihre Eltern. Was an Lebensmitteln im Einkaufswagen landet, dürfen 78 % der befragten 4- bis 13-Jährigen mitbestimmen.**

Kinder lieben Zeitschriften!

Magazine sind für Kinder relevant und genießen höchste Wertschätzung: 74 % der 6- bis 13-jährigen Kinder lesen mindestens eine der 46 abgefragten Kinderzeitschriften. Das entspricht einer Gesamtreichweite von 4,3 Millionen lesenden Kindern. Der Trend, in der Freizeit mindestens mehrmals wöchentlich zu lesen, entwickelt sich insgesamt positiv: Die Nutzung von Zeitschriften, Comics oder Büchern steigt bei den 6- bis 13-Jährigen von 71 % in 2017 und 74 % in 2018 auf 76 % in 2019 an.

Über 90 % der befragten 6- bis 13-jährigen Leserinnen und Leser konsumieren ihre Zeitschrift meist von der ersten bis zur letzten Seite und blättern auch immer mal wieder darin. 91 % der befragten Mädchen und Jungen im Alter von 4 bis 13 Jahren sagen, dass sie Spaß an der Lektüre haben – und dass sie durch das Lesen etwas lernen können. Ablenkung durch andere Medien ist für die Mehrheit während der Lektüre tabu: 81 % der Befragten in dieser Altersgruppe lesen, hören oder schauen nebenbei nichts anderes, wenn sie Zeitschriften lesen.

75 % der 4- bis 13-Jährigen greifen mindestens einmal pro Woche zu Zeitschriften oder Comics auf Papier, nur 8 % lesen diese in derselben Häufigkeit auch elektronisch.

... und auch die Eltern lieben Kinderzeitschriften!

Kinder werden bei der Zeitschriften-Lektüre häufig von ihren Eltern begleitet. Die jeweils von den Kindern gelesenen Zeitschriften werden im Schnitt von 95 % der Eltern der 4- bis 5-Jährigen mitgelesen. Je älter die



Kinder werden, desto selbständiger lesen sie: Bei den 6- bis 9-Jährigen liegt der Anteil mitlesender Eltern im Schnitt bei 80 % und selbst bei den 10- bis 13-Jährigen im Schnitt noch bei 66 %. So erreichen die abgefragten Kinderzeitschriften mindestens auch 6,3 Millionen Elternteile und das hat seine Gründe: Mütter und Väter setzten deutlich höheres Vertrauen in Kinderzeitschriften als in Fernsehen, Radio oder Internet und sprechen ihnen den mit Abstand größten Nutzen für ihre Kinder zu: 89 % geben an, dass Kinder Inhalte in Kinderzeitschriften wiederholt nutzen können; 86% bestätigen, dass jedes Kind dies in seinem individuellen Tempo tun kann. 84 % der befragten Eltern gaben an, dass ihr Kind durch Zeitschriften etwas lernen kann, 77 % finden, dass komplexe Sachverhalte in Zeitschriften einfach erklärt werden. 74 % der Eltern halten das Lesen von Zeitschriften für eine sinnvolle Beschäftigung.

Disney, Fußball, zwei Bären und ein Elefant sind die Reichweitsieger

Betrachtet man die Reichweiten der abgefragten Magazine, bilden „Disney Lustiges Taschenbuch“ (492 Tsd.), „Micky Maus Comics“ (458 Tsd., beide Egmont Ehapa) und „Just Kick-it“ (456 Tsd., Panini) das Spitzentrio bei den 6- bis 13-jährigen Kindern. Bei den 4- bis 5-Jährigen führen „Benjamin Blümchen“ (159 Tsd., Egmont Ehapa), „Bussi Bär“ (141 Tsd., Blue Ocean) und „Winnie Puuh“ (129 Tsd., Egmont Ehapa) das Ranking an.

Kinder sind milliardenschwer!

Pro Jahr verfügen die 4- bis 13-jährigen Mädchen und Jungen in Deutschland mit Taschengeld und Geldgeschenken kumuliert über knapp 3 Milliarden Euro. 20,52 Euro haben sie dabei monatlich im Schnitt als Taschengeld zur Verfügung. Dazu kommen noch durchschnittlich 158 Euro an unterjährigen Geldgeschenken (u.a. Weihnachten, Geburtstag) hinzu. Im Umgang mit ihrem Geld lassen die Eltern ihren Kindern überwiegend freie Hand: 77 % der Kinder dürfen ihr Taschengeld selbstständig ausgeben – 70 % der befragten 4- bis 13-Jährigen investieren es in Süßigkeiten, 52 % der Befragten kaufen sich Zeitschriften oder Comics.

Die Meinung der Kinder zählt!

Eltern sind offen für die Ideen und Ansichten ihrer Kinder: 94 % der befragten 6- bis 13-jährigen Mädchen und Jungen dürfen zu Hause ihre Meinung sagen. 89 % beteiligen sich gern an Gesprächen im Freundeskreis und 84 % ist es wichtig, ihre Gedanken zu äußern. Dass ihre Meinung von Freunden beachtet wird, das bestätigen 84 % der 6- bis 13-Jährigen. 64 % geben an, ihre Meinung finde auch bei Lehrerinnen und Lehrern Gehör. 95 % der 6- bis 13-Jährigen sagen, ihre Meinung werde von den Eltern beachtet. Selbst die Jüngsten dürfen mitreden: 78 % der befragten 4- bis 13-Jährigen geben an, sie dürfen mitbestimmen, welche Lebensmittel für den Haushalt gekauft werden und beim Kauf von Kinderkleidung oder -schuhen fragen 80 % der befragten Eltern die Kinder. Im Fall von klassischem Spielzeug bitten 75 % der Eltern bei ihren Kindern um deren Meinung.

Freizeit der Kinder: Mit Freunden und auch draußen

Kinder nutzen ihre Freizeit vor allem, um mit Freunden zusammen zu sein und im Freien zu toben: 89 % der 4- bis 13-Jährigen treffen sich mindestens mehrmals pro Woche mit anderen Kindern; 83 % spielen im Freien. Bei mindestens mehrmals pro Woche stattfindenden Freizeitaktivitäten stehen „YouTube schauen“ (44 %) und „Im Internet surfen“ (45 %) hoch im Kurs und sind damit in einer Liga mit „Familienaktivitäten“ (44 %). Das klassische „Spielen“ schlägt mit 63 % die webbasierten Aktivitäten in dieser Altersgruppe noch klar.

Kinder wissen, was sie wollen!

Kinder begeben sich gerne in Fantasiewelten: 78 % der befragten 4- bis 13-jährigen Mädchen interessieren sich für Fantasy, Märchen, Fabelwesen, Prinzessinnen und Feen. 80 % der 4- bis 13-jährigen Jungen sind interessiert an Superhelden; 71 % an Agenten und Detektiven. Sind Mädchen und Jungen im Bereich des Interesses an klassischen Kinderthemen weiterhin klar getrennt, rücken sie beim Interesse für gesellschaftlich relevante Themen ebenso auffällig zusammen: Die Themen Natur/Umwelt bewegen 66 % der Mädchen und 63 % der



Jungen. Beim Themengebiet Politik/Aktuelles zeigen 35 % der Mädchen Interesse und 40 % der Jungen. Beim Thema Geschichte liegen die Werte bei 30 % (Mädchen) und 36 % (Jungen). Wie klar die Ideen und Meinungen von Deutschlands Kindern auch in gesellschaftlichen Fragen sind, zeigt auch ein erstmals in die Kinder-Medien-Studie integrierter Teil offener Fragen zu diesem Gebiet. Gefragt wurden 1.000 Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren, was sie als Bundeskanzlerin oder Bundeskanzler tun würden. Die Antworten verblüffen: „Ich würde für bessere und modernere Schulen sorgen“, „Ich würde Krieg verbieten“, „Ich würde dafür sorgen, dass alle Kinder Geld haben, um sich keine Sorgen machen zu müssen“ oder „Ich würde etwas gegen den Klimawandel unternehmen“.

Federführend realisiert wurde die Analyse auch in diesem Jahr vom Bremer Marktforschungsunternehmen IMMEDIATE. Präsentiert wurde die Studie heute in der Berliner Bertelsmann-Repräsentanz.

HINWEIS: Bitte beim Zitieren dieser Ergebnisse als Quelle immer „Kinder-Medien-Studie 2019“ angeben.

Kontakt für Medienanfragen

Kinder-Medien-Studie

Presse-Team, Lara Larissa Huth

Seidenstraße 19, 70174 Stuttgart

Telefon: 0711-220299-256

Mobil: 01517-3069538

E-Mail: presse@kinder-medien-studie.de

Alle Informationen finden Sie außerdem ab 6. August 2019, 12 Uhr auf unserer Homepage www.kinder-medien-studie.de