

KidsVerbraucherAnalyse 2011

KidsVA 6-13
KidsVA Preschool 4-13



B E R I C H T S B A N D

Erhobene KVA-Titel 2011

BARBIE	HELLO KITTY
BENJAMIN BLÜMCHEN	JUST KICK-IT!
BIBI BLOCKSBERG	LISSY
BIBI UND TINA	LÖWENZAHN
BOB DER BAUMEISTER	MICKY MAUS - MAGAZIN
BUMMI	NATIONAL GEOGRAPHIC WORLD
BUSSI BÄR	PETTERSSON UND FINDUS
CARD COLLECTOR	PFERD & CO.
DEIN SPIEGEL	PFERDE – FREUNDE FÜRS LEBEN
DISNEY CARS	POKÉMON MAGAZIN
DISNEY EINFACH TIERISCH	PRINZESSIN LILLIFEE
DISNEY LUSTIGES TASCHENBUCH	SIMPSONS COMICS
DISNEY PRINZESSIN	SPONGEBOB SCHWAMMKOPF
DONALD DUCK SONDERHEFT	THOMAS & SEINE FREUNDE
DORA	TIERE – FREUNDE FÜRS LEBEN/TIERBABYS
FILLY	TWIST
FRAG DOCH MAL DIE MAUS	WENDY
GEO MINI	WICKIE UND DIE STARKEN MÄNNER
GEOLINO	WILLI WILLS WISSEN
GIRLFRIENDS	WINNIE PUUH
GO GIRL	WINX CLUB
HANNAH MONTANA	WITCH
DAS HAUS ANUBIS	YEAH!

KIDS-VERBRAUCHERANALYSE 2011

Vorwort

Die KidsVerbraucherAnalyse (KidsVA) untersucht seit 18 Jahren das Verbraucher- und Medienverhalten von Kindern und jungen Heranwachsenden. Mit ihrer Fülle an Informationen ist sie seit vielen Jahren die wichtigste Datenquelle, wenn es um junge Zielgruppen geht.

Auch in diesem Jahr wurden wieder repräsentativ über 1.700 Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren befragt. Ergänzt wurden die Informationen mit Daten, die bei den Erziehungsberechtigten erhoben wurden.

Erstmals wurde in der KidsVA 2011 der Kreis der Befragten zudem um Vorschulkinder im Alter von 4 bis 5 Jahren ergänzt. Da Kinder in diesem Alter längeren Interviews noch nicht folgen können, gab ein Erziehungsberechtigter (meist die Mutter) Auskünfte über den Nachwuchs. Somit liegen auch für Vorschüler wichtige Fakten vor, die das Gesamtbild der jungen Generation weiter vervollständigen, so dass die KidsVA ihrem Anspruch als Basisstudie noch mehr gerecht wird.

Die Erweiterung des Befragtenkreises führt zu einer neuen Einteilung des Berichtsbandes. Im Tabellenteil finden Sie zunächst in gewohnter Tiefe die Fakten zu den abgefragten Kinder-Kaufmagazinen. In diesem Jahr waren es 46 Magazintitel bei den 6- bis 13-Jährigen und 21 Titel bei den Vorschulkindern.

Damit ist ein umfassender Überblick der Leistungswerte relevanter Kindertitel möglich. Bei den Reichweiten ist zu beachten, dass ab 6 Jahren die Nutzung direkt beim Kind erhoben wurde, bei den Jüngeren über die Erziehungsberechtigten.

Es folgen dann im Tabellenteil zunächst die weiteren Fakten für die 6- bis 13-Jährigen und darauf die Daten der 4- bis 5-Jährigen. Somit ist ein Vergleich zu den Werten des Vorjahres in der Kernzielgruppe 6-13 Jahre weiterhin möglich.

Abgeschlossen wird der Ergebnisbericht zur KidsVA mit den methodischen Erläuterungen zur Studie und den Codeplänen der Kinder- und Elternfragebögen. Das Stichwortverzeichnis rundet den Bericht ab.

Die KidsVA wird unter der Federführung des Egmont Ehapa Verlages durchgeführt. Wir möchten uns bei allen Verlagen bedanken, die durch ihre Mithilfe dazu beigetragen haben, dass die KidsVA auch in diesem Jahr wieder einen umfassenden Überblick über die Leistungswerte der Kinder-Kaufzeitschriften bieten kann.

Egmont Ehapa Verlag GmbH

Ingo Höhn
Geschäftsleiter

Ralf Bauer
Leiter Markt-/Mediaforschung

INHALTSVERZEICHNIS

Print-Medialeistungen bei 4- bis 13-Jährigen

Medialeistungen	Seite	5
Reichweiten	Seite	8
Rangreihen	Seite	14
Mitlesende Eltern	Seite	23

Ergebnisse für die 6- bis 13-Jährigen

Soziodemografie	Seite	27
Medienumgang und -akzeptanz	Seite	30
Umgang mit Zeitschriften	Seite	31
Medienakzeptanz	Seite	32
Finanzielle Situation	Seite	33
Monatliche Geldbezüge	Seite	35
Geldgeschenke	Seite	36
Gespartes Geld	Seite	37
Sparziele	Seite	38
Taschengeld-Verwendung	Seite	39
Freiräume und Markeneinfluss	Seite	40
Aktionsfreiräume	Seite	42
Markenbewusstsein	Seite	43
Erfüllung des Markenwunsches/Einfluss	Seite	44
Informationsquellen	Seite	45
Kids und Werbung	Seite	46
Konsum- und Verwendungshäufigkeiten	Seite	47
Konsumhäufigkeit Food-Produkte	Seite	48
Verwendungshäufigkeit Körperpflegeprodukte	Seite	50
Spiel, Sport, Freizeit	Seite	51
Freizeitaktivitäten	Seite	53
Besitz, Besitzwunsch	Seite	54
Unterhaltungselektronik/Computer	Seite	55
Computer/Internet	Seite	56
Handy	Seite	59
Ausgaben für Spielwaren, Bekleidung/Schuhe	Seite	61

Ergebnisse für die 4- bis 5-Jährigen

Soziodemografie	Seite	63
Medienumgang und -akzeptanz	Seite	65
Finanzielle Situation	Seite	67
Freiräume und Markeneinfluss	Seite	68
Konsum-/Verwendungshäufigkeiten	Seite	70
Spiel, Sport, Freizeit	Seite	72
Ausgaben für Spielwaren, Bekleidung/Schuhe	Seite	76

Anhang

Methodik	Seite	78
Codepläne	Seite	85
Stichwortverzeichnis	Seite	130
Impressum	Seite	134

MEDIALEISTUNGEN



- Reichweiten 6-13 Jahre S. 8
- Reichweiten 4-13 Jahre S. 10
- Reichweiten 4-5 Jahre S. 12
- Rangreihen 6-13 Jahre S. 14
- Rangreihen 4-13 Jahre S. 19
- Rangreihen 4-5 Jahre S. 21
- mitlesende Eltern S. 23

MEDIALEISTUNGEN

Bei den Rangreihen gilt es, folgende Aspekte zu beachten:
Bei den 6- bis 13-Jährigen wurden 46 Magazintitel **bei den Kindern** direkt abgefragt.
Bei den 4- bis 5-Jährigen wurden 21 Magazintitel **über die Eltern** erfragt.
Damit können für 21 Titel die Gesamtreichweiten für 4-bis 13-Jährige ausgewiesen werden. Diese speisen sich folglich aus zwei Informationsquellen (4-5 Jahre: Eltern und 6-13 Jahre: Kinder).

Die Ermittlung der Reichweite eines Titels erfolgte über die Abfrage der genutzten letzten 12 Ausgaben per Titelidentifikationsmodell (TIM). Magazine, die seltener als monatlich erschienen, wurden mit weniger Ausgaben erhoben. Somit müssen sich die Befragten nicht an die Nutzung von Magazinen erinnern, die länger als ein Jahr zurückliegt.

Folgende Titel wurden mit weniger als 12 Ausgaben erhoben:

Magazine	Zahl erhobener Ausgaben
• Disney Einfach Tierisch	6
• Dora	6
• Frag doch mal die Maus	6
• Das Haus Anubis	11
• National Geographic World	10
• Pettersson und Findus	10
• Pferd & Co.	6
• Thomas & seine Freunde	10
• Tiere - Freunde fürs Leben/Tierbabys	10
• Wickie und die starken Männer	6
• Willi wills wissen	10

MEDIALEISTUNGEN

Die 46 in der KidsVA erhobenen Titel erzielen eine beachtliche Media-Leistung. Insgesamt erreichen sie regelmäßig 72% der 6- bis 13-Jährigen (Nettoreichweite).

Die Nettoreichweite beträgt bei:

- Jungen:	69,4%
- Mädchen:	74,6%
- 6 bis 9 Jahre:	73,1%
- 10 bis 13 Jahre:	70,9%

Bei den 4-5-Jährigen erreichen die 21 bei den Eltern erhobenen Titel eine Nettoreichweite von 58%.

Die nachfolgenden Tabellen zeigen die Leistungsdaten aller KidsVA-Titel: Reichweite in Prozent und Hochrechnung in Tausend. Zusätzlich werden Rangreihen nach Alter und Geschlecht dargestellt. Sortierkriterium ist hierbei jeweils die Reichweite.

Als wichtige Zusatzinformationen für die Mediaplanung werden neben Reichweite und Hochrechnung die Kriterien Affinität und Tausender-Kontakt-Preis aufgeführt.

Die Magazine für Kinder werden nicht nur von der Zielgruppe gelesen, sondern auch von den Eltern. Daher wurde in der KidsVA zusätzlich bei den Eltern erfragt, ob ein Elternteil mitliest. Insgesamt gaben über 76% an, mindestens einen Titel der abgefragten Magazine gelegentlich mitzunutzen (Vorlesen, selber lesen).

Eine Übersicht der 46 untersuchten Titel finden Sie im Methodenbericht auf Seite 79.

Media-Leistungen

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe		Gesamt 6-13 Jahre			6-9 Jahre	10-13 Jahre
		Gesamt	Jungen	Mädchen		
Fallzahlen-Basis = 100		1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.		6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Barbie	mo	4,7	0,0	9,6	7,5	2,0
Benjamin Blümchen	mo	3,3	3,1	3,6	5,6	1,3
Bibi Blocksberg	mo	3,6	0,4	7,1	5,6	1,9
Bibi und Tina	mo	3,0	0,3	5,9	4,6	1,6
Bob der Baumeister	mo	3,0	5,1	0,8	4,9	1,2
Bummi	mo	1,1	0,8	1,5	1,6	0,7
Bussi Bär	mo	1,8	1,5	2,2	2,7	1,0
Card Collector	mo	3,8	7,2	0,1	3,4	4,1
Dein Spiegel	mo	1,9	2,2	1,5	0,7	2,9
Disney Cars	mo	3,6	6,6	0,4	4,4	2,8
Disney Einfach Tierisch	2-mo	2,4	1,3	3,5	3,3	1,6
Disney Lustiges Taschenbuch	mo	11,1	15,0	7,1	9,6	12,5
Disney Prinzessin	mo	3,6	0,1	7,2	5,9	1,4
Donald Duck Sonderheft	mo	8,3	11,6	5,0	8,2	8,4
Dora	2-mo	1,3	0,3	2,3	2,3	0,4
Filly	mo	2,1	0,1	4,3	3,8	0,6
Frag doch mal die Maus	2-mo	3,7	5,3	1,9	4,9	2,5
Geo Mini	mo	2,8	2,8	2,8	3,2	2,5
Geolino	mo	5,6	6,8	4,4	4,5	6,6
Girlfriends	mo	5,0	0,1	10,1	2,4	7,4
Go girl	mo	3,5	0,1	7,0	1,2	5,6
Hannah Montana	mo	7,6	0,6	14,9	5,7	9,3
Das Haus Anubis	mo	2,8	1,5	4,1	1,8	3,7
Hello Kitty	mo	4,4	0,0	9,0	4,7	4,1
Just Kick-it!	mo	8,9	16,7	0,6	6,0	11,5
Lissy	mo	2,6	0,1	5,2	3,4	1,9
Löwenzahn	mo	3,8	3,7	3,8	5,0	2,6
Micky Maus - Magazin	wö	11,6	16,9	5,9	10,8	12,3
National Geographic World	10x	2,6	3,2	2,0	1,9	3,3
Pettersson und Findus	2-mo	2,2	3,4	1,0	3,4	1,1
Pferd & Co.	2-mo	3,7	0,4	7,2	4,4	3,2
Pferde – Freunde fürs Leben	mo	4,1	0,2	8,2	4,5	3,7
Pokémon Magazin	mo	5,0	7,9	1,9	5,5	4,5
Prinzessin Lillifee	mo	5,6	0,1	11,4	9,4	2,1
Simpsons Comics	mo	7,0	10,9	2,9	4,8	9,0
SpongeBob Schwammkopf	mo	5,2	8,6	1,7	6,8	3,8
Thomas & seine Freunde	2-mo	1,6	2,8	0,3	2,4	0,8
Tiere – Freunde fürs Leben/ Tierbabys	2-mo	2,9	0,4	5,4	4,0	1,8
Twist	mo	4,3	0,4	8,4	1,5	6,9
Wendy	14-täg	7,0	0,1	14,2	7,7	6,4
Wickie und die starken Männer	2-mo	4,1	6,4	1,7	6,2	2,2
Willi wills wissen	mo	4,6	6,2	3,0	5,6	3,8
Winnie Puuh	mo	1,9	1,9	1,9	3,3	0,7
Winx Club	mo	2,2	0,1	4,4	2,8	1,6
Witch	mo	2,4	0,0	4,9	2,7	2,1
Yeah!	mo	5,3	0,7	10,2	1,8	8,6

Lesebeispiel

Eine Ausgabe des "Micky Maus-Magazins"
lesen im Durchschnitt 11,6 % aller 6- bis 13-Jährigen.

Media-Leistungen

Reichweiten in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe		Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
		Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis		1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.		6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
<hr/>						
Barbie	mo	286	1	285	221	65
Benjamin Blümchen	mo	205	99	106	163	41
Bibi Blocksberg	mo	224	13	211	164	59
Bibi und Tina	mo	185	9	176	135	50
Bob der Baumeister	mo	183	159	23	145	38
Bummi	mo	68	24	44	47	21
Bussi Bär	mo	110	46	65	79	32
Card Collector	mo	230	228	2	99	131
Dein Spiegel	mo	114	69	44	20	93
Disney Cars	mo	218	206	12	129	89
Disney Einfach Tierisch	2-mo	146	41	105	96	50
Disney Lustiges Taschenbuch	mo	682	472	210	283	399
Disney Prinzessin	mo	219	3	216	174	46
Donald Duck Sonderheft	mo	511	363	148	242	269
Dora	2-mo	78	11	67	67	12
Filly	mo	131	3	129	112	19
Frag doch mal die Maus	2-mo	224	166	57	145	79
Geo Mini	mo	174	90	84	93	81
Geolino	mo	342	212	130	131	211
Girlfriends	mo	304	3	301	70	234
Go girl	mo	214	5	209	34	180
Hannah Montana	mo	464	20	444	168	297
Das Haus Anubis	mo	171	49	122	52	119
Hello Kitty	mo	269	1	268	139	131
Just Kick-it!	mo	543	526	17	176	367
Lissy	mo	159	3	156	99	60
Löwenzahn	mo	230	118	112	148	83
Micky Maus - Magazin	wö	708	532	176	317	391
National Geographic World	10x	161	101	61	57	104
Pettersson und Findus	2-mo	137	107	30	101	36
Pferd & Co.	2-mo	229	13	216	128	101
Pferde – Freunde fürs Leben	mo	251	7	244	133	118
Pokémon Magazin	mo	305	248	58	162	143
Prinzessin Lillifee	mo	343	3	340	276	67
Simpsons Comics	mo	429	343	86	142	286
SpongeBob Schwammkopf	mo	321	271	51	199	122
Thomas & seine Freunde	2-mo	96	87	9	71	25
Tiere – Freunde fürs Leben/ Tierbabys	2-mo	176	13	162	119	57
Twist	mo	262	12	250	43	219
Wendy	14-täg	430	5	425	226	204
Wickie und die starken Männer	2-mo	252	200	51	183	69
Willi wills wissen	mo	285	196	89	164	121
Winnie Puuh	mo	117	61	56	96	22
Winx Club	mo	134	3	131	84	50
Witch	mo	147	1	146	79	68
Yeah!	mo	326	21	305	53	273

Lesebeispiel

Eine Ausgabe des Titels "Disneys Lustiges Taschenbuch"
lesen im Durchschnitt 682 Tsd. 6- bis 13-Jährige.

Media-Leistungen

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 4-13 Jahre

Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-13 Jahre erhoben.

Bitte beachten: Bei 4-5 Jahren wurden die Eltern befragt, bei 6-13 Jahren die Kinder.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe	Gesamt 4-13 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	2.122	1.089	1.034
Gesamt in Mio.	7,52	3,86	3,66
Barbie	4,8	0,0	9,8
Benjamin Blümchen	5,1	5,1	5,1
Bibi Blocksberg	3,9	0,6	7,3
Bibi und Tina	3,0	0,4	5,7
Bob der Baumeister	4,5	7,8	1,0
Bummi	2,1	1,7	2,5
Bussi Bär	3,2	3,0	3,3
Disney Cars	3,4	6,2	0,5
Disney Einfach Tierisch	2,7	1,5	3,9
Disney Prinzessin	3,9	0,1	7,8
Filly	2,4	0,2	4,7
Frag doch mal die Maus	3,7	5,2	2,2
Geo Mini	3,0	2,9	3,0
Hello Kitty	3,9	0,0	8,1
Löwenzahn	3,8	3,8	3,8
Micky Maus - Magazin	10,4	15,1	5,4
Prinzessin Lillifee	6,4	0,1	13,0
SpongeBob Schwammkopf	5,6	9,1	1,8
Wendy	6,1	0,2	12,3
Winnie Puuh	3,4	3,6	3,2
Winx Club	2,0	0,1	3,9
Lesebeispiel			
Eine Ausgabe des Titels "Barbie"			
lesen im Durchschnitt 4,8 % aller 4- bis 13-Jährigen.			

Media-Leistungen

Reichweiten in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 4-13 Jahre

Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-13 Jahre erhoben.

Bitte beachten: Bei 4-5 Jahren wurden die Eltern befragt, bei 6-13 Jahren die Kinder.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe	Gesamt 4-13 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	2.122	1.089	1.034
Gesamt in Mio.	7,52	3,86	3,66
Barbie	362	1	361
Benjamin Blümchen	383	196	187
Bibi Blocksberg	290	22	268
Bibi und Tina	222	14	208
Bob der Baumeister	337	300	36
Bummi	158	67	90
Bussi Bär	237	115	122
Disney Cars	259	241	18
Disney Einfach Tierisch	199	58	141
Disney Prinzessin	292	5	287
Filly	177	7	171
Frag doch mal die Maus	282	200	82
Geo Mini	223	113	110
Hello Kitty	296	1	295
Löwenzahn	287	147	139
Micky Maus - Magazin	781	583	199
Prinzessin Lillifee	480	5	475
SpongeBob Schwammkopf	420	352	67
Wendy	457	7	451
Winnie Puuh	256	139	118
Winx Club	148	3	145
Lesebeispiel			
Eine Ausgabe des Titels "Prinzessin Lillifee" lesen			
im Durchschnitt 480 Tsd. 4- bis 13-Jährige.			

Media-Leistungen

Reichweiten in Prozent

Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-13 Jahre erhoben.

Bitte beachten: Bei 4-5 Jahren wurden die Eltern befragt, bei 6-13 Jahren die Kinder.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe	Gesamt 4-5 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Barbie	5,4	0,0	11,1
Benjamin Blümchen	12,8	13,6	11,9
Bibi Blocksberg	4,8	1,3	8,4
Bibi und Tina	2,7	0,7	4,7
Bob der Baumeister	11,0	19,7	1,9
Bummi	6,4	6,1	6,8
Bussi Bär	9,1	9,7	8,4
Disney Cars	2,9	4,9	0,9
Disney Einfach Tierisch	3,8	2,4	5,3
Disney Prinzessin	5,2	0,3	10,4
Filly	3,3	0,6	6,2
Frag doch mal die Maus	4,1	4,7	3,6
Geo Mini	3,5	3,3	3,7
Hello Kitty	1,9	0,0	3,9
Löwenzahn	4,0	4,1	3,9
Micky Maus - Magazin	5,2	7,0	3,4
Prinzessin Lillifee	9,8	0,2	19,8
SpongeBob Schwammkopf	7,0	11,4	2,4
Wendy	2,0	0,3	3,8
Winnie Puuh	9,9	10,8	9,1
Winx Club	1,0	0,1	2,0
Lesebeispiel			
Eine Ausgabe des Titels "Bob der Baumeister"			
lesen im Durchschnitt 11,0 % der 4- bis 5-Jährigen.			

Media-Leistungen

Reichweiten in Tausend

Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-13 Jahre erhoben.

Bitte beachten: Bei 4-5 Jahren wurden die Eltern befragt, bei 6-13 Jahren die Kinder.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe	Gesamt 4-5 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Barbie	76	0	75
Benjamin Blümchen	178	97	81
Bibi Blocksberg	66	9	57
Bibi und Tina	37	5	32
Bob der Baumeister	154	141	13
Bummi	90	44	46
Bussi Bär	127	69	57
Disney Cars	41	35	6
Disney Einfach Tierisch	53	17	36
Disney Prinzessin	73	2	71
Filly	46	4	42
Frag doch mal die Maus	58	33	24
Geo Mini	49	23	25
Hello Kitty	27	0	27
Löwenzahn	57	30	27
Micky Maus - Magazin	73	50	23
Prinzessin Lillifee	136	2	135
SpongeBob Schwammkopf	98	82	16
Wendy	28	2	26
Winnie Puuh	139	77	62
Winx Club	14	1	14
Lesebeispiel			
Eine Ausgabe des Titels "Winnie Puuh"			
lesen im Durchschnitt 139 Tsd. 4- bis 5-Jährige.			

Rangreihe Gesamt 6-13 Jahre

1.728 Fälle = 6,13 Mio., 1/1 S. 4c (Preise 2011)
sortiert nach Reichweite

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

	Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte
Einzeltitlel				
1	Micky Maus - Magazin	11,6	708	21,04
2	Disney Lustiges Taschenbuch	11,1	682	14,36
3	Just Kick-it!	8,9	543	10,13
4	Donald Duck Sonderheft	8,3	511	8,22
5	Hannah Montana	7,6	464	11,63
6	Wendy	7,0	430	16,06
7	Simpsons Comics	7,0	429	9,10
8	Prinzessin Lillifee	5,6	343	24,46
9	Geolino	5,6	342	47,63
10	Yeah!	5,3	326	25,42
11	SpongeBob Schwammkopf	5,2	321	19,91
12	Pokémon Magazin	5,0	305	21,30
13	Girlfriends	5,0	304	19,39
14	Barbie	4,7	286	15,36
15	Willi wills wissen	4,6	285	17,21
16	Hello Kitty	4,4	269	14,48
17	Twist	4,3	262	24,81
18	Wickie und die starken Männer	4,1	252	13,91
19	Pferde – Freunde fürs Leben	4,1	251	15,54
20	Löwenzahn	3,8	230	19,12
21	Card Collector	3,8	230	18,26
22	Pferd & Co.	3,7	229	18,34
23	Frag doch mal die Maus	3,7	224	21,89
24	Bibi Blocksberg	3,6	224	18,79
25	Disney Prinzessin	3,6	219	22,36
26	Disney Cars	3,6	218	17,90
27	Go girl	3,5	214	27,63
28	Benjamin Blümchen	3,3	205	26,39
29	Bibi und Tina	3,0	185	18,89
30	Bob der Baumeister	3,0	183	26,82
31	Tiere – Freunde fürs Leben/ Tierbabys	2,9	176	22,21
32	Geo Mini	2,8	174	35,07
33	Das Haus Anubis	2,8	171	38,05
34	National Geographic World	2,6	161	60,77
35	Lissy	2,6	159	30,79
36	Witch	2,4	147	25,14
37	Disney Einfach Tierisch	2,4	146	24,64
38	Pettersson und Findus	2,2	137	28,44
39	Winx Club	2,2	134	29,15
40	Filly	2,1	131	44,91
41	Winnie Puuh	1,9	117	50,31
42	Dein Spiegel	1,9	114	70,32
43	Bussi Bär	1,8	110	56,06
44	Thomas & seine Freunde	1,6	96	36,55
45	Dora	1,3	78	44,72
46	Bummi	1,1	68	63,26
Lesebeispiel				
Das "Micky Maus - Magazin" erzielt bei den				
6- bis 13-Jährigen eine Reichweite von 11,6 %.				

Rangreihen der Top 20 Einzeltitel nach Geschlecht

Mädchen 6-13 Jahre (842 Fälle = 2,98 Mio.)

Jungen 6-13 Jahre (886 Fälle = 3,14 Mio.)

1/1 S. 4c (Preise 2011), sortiert nach Reichweite

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

	Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte	Affinität
Mädchen 6-13 Jahre					
Einzeltitel					
1	Hannah Montana	14,9	444	12,16	196
2	Wendy	14,2	425	16,23	203
3	Prinzessin Lillifee	11,4	340	24,68	203
4	Yeah!	10,2	305	27,17	192
5	Girlfriends	10,1	301	19,59	203
6	Barbie	9,6	285	15,42	205
7	Hello Kitty	9,0	268	14,55	204
8	Twist	8,4	250	25,99	196
9	Pferde – Freunde fürs Leben	8,2	244	15,97	200
10	Pferd & Co.	7,2	216	19,42	194
11	Disney Prinzessin	7,2	216	22,68	202
12	Bibi Blocksberg	7,1	211	19,92	194
13	Disney Lustiges Taschenbuch	7,1	210	46,58	63
14	Go girl	7,0	209	28,22	201
15	Bibi und Tina	5,9	176	19,87	195
16	Micky Maus - Magazin	5,9	176	84,79	51
17	Tiere – Freunde fürs Leben/ Tierbabys	5,4	162	24,01	190
18	Lissy	5,2	156	31,37	202
19	Donald Duck Sonderheft	5,0	148	28,39	59
20	Witch	4,9	146	25,28	204
Jungen 6-13 Jahre					
Einzeltitel					
1	Micky Maus - Magazin	16,9	532	27,98	147
2	Just Kick-it!	16,7	526	10,46	189
3	Disney Lustiges Taschenbuch	15,0	472	20,76	135
4	Donald Duck Sonderheft	11,6	363	11,57	139
5	Simpsons Comics	10,9	343	11,38	156
6	SpongeBob Schwammkopf	8,6	271	23,64	164
7	Pokémon Magazin	7,9	248	26,25	158
8	Card Collector	7,2	228	18,44	193
9	Geolino	6,8	212	76,84	121
10	Disney Cars	6,6	206	18,92	184
11	Wickie und die starken Männer	6,4	200	17,48	155
12	Willi wills wissen	6,2	196	25,03	134
13	Frag doch mal die Maus	5,3	166	29,45	145
14	Bob der Baumeister	5,1	159	30,74	170
15	Löwenzahn	3,7	118	37,38	100
16	Pettersson und Findus	3,4	107	36,57	152
17	Pferd & Co	3,2	101	97,51	121
18	Benjamin Blümchen	3,1	99	54,74	94
19	Geo Mini	2,8	90	68,12	100
20	Thomas & seine Freunde	2,8	87	40,27	177

Rangreihen der Top 20 Einzeltitel nach Altersklassen

Gesamt 6-9 Jahre (830 Fälle = 2,94 Mio.)

Gesamt 10-13 Jahre (898 Fälle = 3,18 Mio.)

1/1 S. 4c (Preise 2011), sortiert nach Reichweite

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

	Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte	Affinität
Gesamt 6-9 Jahre					
Einzeltitel					
1	Micky Maus - Magazin	10,8	317	46,94	93
2	Disney Lustiges Taschenbuch	9,6	283	34,58	87
3	Prinzessin Lillifee	9,4	276	30,42	167
4	Donald Duck Sonderheft	8,2	242	17,35	99
5	Wendy	7,7	226	30,52	110
6	Barbie	7,5	221	19,87	161
7	SpongeBob Schwammkopf	6,8	199	32,15	129
8	Wickie und die starken Männer	6,2	183	19,15	151
9	Just Kick-it!	6,0	176	31,18	68
10	Disney Prinzessin	5,9	174	28,23	165
11	Hannah Montana	5,7	168	32,18	75
12	Bibi Blocksberg	5,6	164	25,59	153
13	Willi wills wissen	5,6	164	29,92	120
14	Benjamin Blümchen	5,6	163	33,07	166
15	Pokémon Magazin	5,5	162	40,02	111
16	Löwenzahn	5,0	148	29,81	134
17	Pferd & Co.	4,9	145	33,80	165
18	Frag doch mal die Maus	4,9	145	33,85	135
19	Simpsons Comics	4,8	142	27,41	69
20	Hello Kitty	4,7	139	28,14	107
Gesamt 10-13 Jahre					
Einzeltitel					
1	Disney Lustiges Taschenbuch	12,5	399	24,56	112
2	Micky Maus - Magazin	12,3	391	38,13	106
3	Just Kick-it!	11,5	367	15,01	130
4	Hannah Montana	9,3	297	18,20	123
5	Simpsons Comics	9,0	286	13,62	128
6	Yeah!	8,6	273	30,33	161
7	Donald Duck Sonderheft	8,4	269	15,61	101
8	Girlfriends	7,4	234	25,18	148
9	Twist	6,9	219	29,75	160
10	Geolino	6,6	211	77,19	119
11	Wendy	6,4	204	33,90	91
12	Go girl	5,6	180	32,86	162
13	Pokémon Magazin	4,5	143	45,52	90
14	Hello Kitty	4,1	131	29,82	93
15	Card Collector	4,1	131	32,16	109
16	SpongeBob Schwammkopf	3,8	122	52,29	73
17	Willi wills wissen	3,8	121	40,50	82
18	Das Haus Anubis	3,7	119	54,83	133
19	Pferde – Freunde fürs Leben	3,7	118	32,97	91
20	National Geographic World	3,3	104	93,81	125

Rangreihen der Top 20 Einzeltitel nach Geschlecht und Altersklassen

Mädchen 6-9 Jahre (404 Fälle = 1,43 Mio.)

Mädchen 10-13 Jahre (437 Fälle = 1,55 Mio.)

1/1 S. 4c (Preise 2011), sortiert nach Reichweite

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

	Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte	Affinität
Mädchen 6-9 Jahre					
Einzeltitel					
1	Prinzessin Lillifee	19,1	273	30,71	340
2	Wendy	15,6	223	30,93	222
3	Barbie	15,4	221	19,88	330
4	Disney Prinzessin	12,0	172	28,44	336
5	Hannah Montana	10,7	154	35,06	142
6	Bibi Blocksberg	10,7	153	27,50	292
7	Hello Kitty	9,6	138	28,35	218
8	Pferde – Freunde fürs Leben	9,0	128	30,36	219
9	Bibi und Tina	8,8	127	27,66	292
10	Pferd & Co.	8,1	116	36,06	217
11	Filly	7,8	112	52,72	364
12	Tiere – Freunde fürs Leben/ Tierbabys	7,7	110	35,40	268
13	Disney Lustiges Taschenbuch	7,5	107	91,46	67
14	Lissy	6,9	98	49,84	264
15	Donald Duck Sonderheft	6,0	86	48,70	72
16	Benjamin Blümchen	6,0	86	62,99	179
17	Pferd & Co.	5,7	82	47,54	262
18	Micky Maus - Magazin	5,6	80	185,84	48
19	Löwenzahn	5,6	80	55,16	148
20	Witch	5,5	79	46,95	229
Mädchen 10-13 Jahre					
Einzeltitel					
1	Hannah Montana	18,7	290	18,61	247
2	Yeah!	16,7	259	31,92	315
3	Girlfriends	15,0	232	25,42	301
4	Twist	13,6	210	30,89	317
5	Wendy	13,0	202	34,17	186
6	Go girl	11,4	177	33,36	327
7	Hello Kitty	8,4	131	29,87	191
8	Pferde – Freunde fürs Leben	7,5	116	33,67	182
9	Disney Lustiges Taschenbuch	6,7	103	94,94	60
10	Pferd & Co.	6,4	100	42,07	172
11	Micky Maus - Magazin	6,2	96	155,94	53
12	Das Haus Anubis	5,6	87	75,06	200
13	Geolino	5,4	83	195,42	96
14	Witch	4,4	68	54,76	181
15	Prinzessin Lillifee	4,3	67	125,55	77
16	Barbie	4,1	64	68,79	88
17	Donald Duck Sonderheft	4,0	62	68,09	48
18	Bibi Blocksberg	3,7	58	72,31	103
19	Lissy	3,7	58	84,67	144
20	Simpsons Comics	3,6	56	69,17	52

Rangreihen der Top 20 Einzeltitel nach Geschlecht und Altersklassen

Jungen 6-9 Jahre (425 Fälle = 1,51 Mio.)

Jungen 10-13 Jahre (461 Fälle = 1,63 Mio.)

1/1 S. 4c (Preise 2011), sortiert nach Reichweite

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

	Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte	Affinität
Jungen 6-9 Jahre					
Einzeltitel					
1	Micky Maus - Magazin	15,7	237	62,81	136
2	Disney Lustiges Taschenbuch	11,7	176	55,60	105
3	Just Kick-it!	11,3	171	32,13	128
4	SpongeBob Schwammkopf	11,2	168	38,03	213
5	Donald Duck Sonderheft	10,3	156	26,96	124
6	Wickie und die starken Männer	9,6	145	24,10	234
7	Pokémon Magazin	8,5	128	50,76	170
8	Bob der Baumeister	8,4	126	38,75	281
9	Disney Cars	8,0	121	32,18	226
10	Simpsons Comics	7,5	113	34,56	107
11	Willi wills wissen	7,4	111	44,06	159
12	Frag doch mal die Maus	7,2	108	45,18	197
13	Card Collector	6,5	98	42,65	174
14	Geolino	5,6	84	193,22	100
15	Benjamin Blümchen	5,1	78	69,61	154
16	Pettersson und Findus	4,9	74	52,53	220
17	Pferd & Co.	4,5	68	64,88	120
18	Thomas & seine Freunde	4,2	64	54,87	271
19	Winnie Puuh	3,4	52	113,62	180
20	Geo Mini	3,2	48	128,39	111
Jungen 10-13 Jahre					
Einzeltitel					
1	Just Kick-it!	21,7	355	15,51	245
2	Disney Lustiges Taschenbuch	18,1	296	33,14	162
3	Micky Maus - Magazin	18,1	295	50,47	156
4	Simpsons Comics	14,1	230	16,96	201
5	Donald Duck Sonderheft	12,7	207	20,26	152
6	Card Collector	7,9	129	32,49	211
7	Geolino	7,8	128	127,58	140
8	Pokémon Magazin	7,3	120	54,34	147
9	SpongeBob Schwammkopf	6,3	102	62,47	119
10	Disney Cars	5,2	85	45,92	146
11	Willi wills wissen	5,2	85	57,93	111
12	National Geographic World	3,7	61	160,63	142
13	Dein Spiegel	3,7	60	133,89	197
14	Frag doch mal die Maus	3,5	58	84,56	97
15	Wickie und die starken Männer	3,4	55	63,68	82
16	Löwenzahn	3,1	50	88,18	81
17	Geo Mini	2,6	42	145,12	91
18	Bob der Baumeister	2,0	33	148,82	68
19	Pettersson und Findus	2,0	32	120,37	89
20	Das Haus Anubis	2,0	32	203,40	70

Rangreihe Gesamt 4-13 Jahre

Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-13 Jahre erhoben.

Bitte beachten: Bei 4-5 Jahren wurden die Eltern befragt, bei 6-13 Jahren die Kinder.

2.122 Fälle = 7,52 Mio., 1/1 S. 4c (Preise 2011)

sortiert nach Reichweite

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte
Einzeltitlel			
1 Micky Maus - Magazin	10,4	781	19,07
2 Prinzessin Lillifee	6,4	480	17,51
3 Wendy	6,1	457	15,09
4 SpongeBob Schwammkopf	5,6	420	15,25
5 Benjamin Blümchen	5,1	383	14,10
6 Barbie	4,8	362	12,16
7 Bob der Baumeister	4,5	337	14,55
8 Hello Kitty	3,9	296	13,16
9 Disney Prinzessin	3,9	292	16,78
10 Bibi Blocksberg	3,9	290	14,48
11 Löwenzahn	3,8	287	15,35
12 Frag doch mal die Maus	3,7	282	17,41
13 Disney Cars	3,4	259	15,07
14 Winnie Puuh	3,4	256	23,02
15 Bussi Bär	3,2	237	26,09
16 Geo Mini	3,0	223	27,36
17 Bibi und Tina	3,0	222	15,73
18 Disney Einfach Tierisch	2,7	199	18,05
19 Filly	2,4	177	33,24
20 Bummi	2,1	158	27,24
21 Winx Club	2,0	148	26,36
Lesebeispiel			
Das "Micky Maus - Magazin" erzielt bei den			
4- bis 13-Jährigen eine Reichweite von 10,4 %.			

Rangreihen 4-13 Jahre (Top 10) nach Geschlecht

Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-13 Jahre erhoben.

Bitte beachten: Bei 4-5 Jahren wurden die Eltern befragt, bei 6-13 Jahren die Kinder.

Mädchen 4-13 Jahre (1.034 Fälle = 3,66 Mio.)

Jungen 4-13 Jahre (1.089 Fälle = 3,86 Mio.)

1/1 S. 4c (Preise 2011), sortiert nach Reichweite

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte	Affinität	
Mädchen 4-13 Jahre					
Einzeltitle					
1	Prinzessin Lillifee	13,0	475	17,68	203
2	Wendy	12,3	451	15,31	202
3	Barbie	9,8	361	12,20	205
4	Hello Kitty	8,1	295	13,22	204
5	Disney Prinzessin	7,8	287	17,07	202
6	Bibi Blocksberg	7,3	268	15,66	190
7	Bibi und Tina	5,7	208	16,83	192
8	Micky Maus - Magazin	5,4	199	75,03	52
9	Benjamin Blümchen	5,1	187	28,86	100
10	Filly	4,7	171	34,51	198
Jungen 4-13 Jahre					
Einzeltitle					
1	Micky Maus - Magazin	15,1	583	25,58	145
2	SpongeBob Schwammkopf	9,1	352	18,16	164
3	Bob der Baumeister	7,8	300	16,32	174
4	Disney Cars	6,2	241	16,17	182
5	Frag doch mal die Maus	5,2	200	24,51	138
6	Benjamin Blümchen	5,1	196	27,56	100
7	Löwenzahn	3,8	147	29,85	100
8	Winnie Puuh	3,6	139	42,60	105
9	Bussi Bär	3,0	115	53,85	94
10	Geo Mini	2,9	113	53,97	99

Rangreihe Gesamt 4-5 Jahre

Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-13 Jahre erhoben.

Bitte beachten: Bei 4-5 Jahren wurden die Eltern befragt, bei 6-13 Jahren die Kinder.

394 Fälle = 1,40 Mio., 1/1 S. 4c (Preise 2011)

sortiert nach Reichweite

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

	Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte
Einzeltitlel				
1	Benjamin Blümchen	12,8	178	30,28
2	Bob der Baumeister	11,0	154	31,81
3	Winnie Puuh	9,9	139	42,45
4	Prinzessin Lillifee	9,8	136	61,61
5	Bussi Bär	9,1	127	48,81
6	SpongeBob Schwammkopf	7,0	98	65,24
7	Bummi	6,4	90	47,85
8	Barbie	5,4	76	58,26
9	Micky Maus - Magazin	5,2	73	204,20
10	Disney Prinzessin	5,2	73	67,27
11	Bibi Blocksberg	4,8	66	63,23
12	Frag doch mal die Maus	4,1	58	84,94
13	Löwenzahn	4,0	57	77,77
14	Disney Einfach Tierisch	3,8	53	67,39
15	Geo Mini	3,5	49	124,54
16	Filly	3,3	46	127,95
17	Disney Cars	2,9	41	95,27
18	Bibi und Tina	2,7	37	94,24
19	Wendy	2,0	28	248,58
20	Hello Kitty	1,9	27	144,41
21	Winx Club	1,0	14	275,74
Lesebeispiel				
"Benjamin Blümchen" erzielt bei den				
4- bis 5-Jährigen eine Reichweite von 12,8 %.				

Rangreihen (Top 10) 4-5 Jahre nach Geschlecht

Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-13 Jahre erhoben.

Bitte beachten: Bei 4-5 Jahren wurden die Eltern befragt, bei 6-13 Jahren die Kinder.

Mädchen 4-5 Jahre (192 Fälle = 0,68 Mio.)

Jungen 4-5 Jahre (202 Fälle = 0,72 Mio.)

1/1 S. 4c (Preise 2011), sortiert nach Reichweite; Affinität bezogen auf 4-5 Jahre Gesamt

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

	Leser einer Durchschnittsausgabe	Leser in %	Leser in Tsd.	Euro pro 1.000 Kontakte	Affinität
Mädchen 4-5 Jahre					
Einzeltitle					
1	Prinzessin Lillifee	19,8	135	62,36	203
2	Benjamin Blümchen	11,9	81	66,61	93
3	Barbie	11,1	75	58,44	205
4	Disney Prinzessin	10,4	71	68,96	200
5	Winnie Puuh	9,1	62	95,60	91
6	Bussi Bär	8,4	57	107,72	93
7	Bibi Blocksberg	8,4	57	73,20	177
8	Bummi	6,8	46	93,02	106
9	Filly	6,2	42	139,98	188
10	Disney Einfach Tierisch	5,3	36	99,72	139
Jungen 4-5 Jahre					
Einzeltitle					
1	Bob der Baumeister	19,7	141	34,78	178
2	Benjamin Blümchen	13,6	97	55,50	106
3	SpongeBob Schwammkopf	11,4	82	78,30	162
4	Winnie Puuh	10,8	77	76,35	108
5	Bussi Bär	9,7	69	89,25	107
6	Micky Maus - Magazin	7,0	50	297,40	134
7	Bummi	6,1	44	98,52	95
8	Disney Cars	4,9	35	111,47	167
9	Frag doch mal die Maus	4,7	33	146,40	113
10	Löwenzahn	4,1	30	148,13	102

Media-Leistungen Mitlesende Eltern

sortiert nach Reichweite in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

von zumindest einem Eltern- teil mitgelesene Zeitschriften	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Micky Maus - Magazin	23,3	33,4	12,7	25,7	21,1
Disney Lustiges Taschenbuch	21,4	28,2	14,2	20,3	22,4
Donald Duck Sonderheft	16,0	22,1	9,6	18,7	13,5
Geolino	14,1	16,6	11,4	12,2	15,9
Just Kick-it!	12,5	23,8	0,7	10,4	14,5
Hannah Montana	12,5	1,0	24,5	10,1	14,7
Willi wills wissen	11,9	16,8	6,7	14,5	9,5
Simpsons Comics	11,3	17,4	5,0	8,9	13,6
Wendy	10,7	0,2	21,8	13,7	8,0
Prinzessin Lillifee	10,6	0,2	21,6	18,3	3,6
Löwenzahn	10,2	10,2	10,3	14,1	6,7
SpongeBob Schwammkopf	9,8	15,9	3,3	14,5	5,3
Frag doch mal die Maus	9,0	12,5	5,3	13,4	5,0
Barbie	8,7	0,1	17,8	14,9	3,0
Hello Kitty	8,6	0,1	17,6	10,5	7,0
Girlfriends	8,4	0,3	17,0	4,2	12,4
Yeah!	8,3	0,8	16,2	2,8	13,3
Benjamin Blümchen	8,1	8,1	8,1	14,5	2,2
Pferde - Freunde fürs Leben	7,8	0,3	15,7	9,9	5,9
Pokémon Magazin	7,8	11,4	4,0	10,7	5,0
Bibi Blocksberg	7,5	1,1	14,3	12,4	3,1
Disney Cars	7,3	13,6	0,7	10,2	4,7
Wickie und die starken Männer	7,3	11,4	3,0	11,4	3,6
Geo Mini	7,2	8,8	5,5	8,6	5,9
Disney Prinzessin	6,6	0,3	13,2	10,7	2,8
National Geographic World	6,0	7,8	4,2	4,0	7,9
Bob der Baumeister	6,0	10,0	1,8	10,6	1,7
Go girl	5,8	0,1	11,8	2,2	9,2
Twist	5,3	0,6	10,2	1,9	8,4
Pettersson und Findus	5,2	7,7	2,5	8,8	1,9
Tiere – Freunde fürs Leben/ Tierbabys	5,1	0,7	9,7	7,5	2,9
Pferd & Co	5,1	0,4	10,0	7,2	3,1
Das Haus Anubis	4,8	2,9	6,7	3,2	6,2
Dein Spiegel	4,6	4,7	4,4	1,3	7,6
Bibi und Tina	4,5	0,4	8,9	7,3	2,0
Witch	4,3	0,0	8,9	5,0	3,7
Disney Einfach Tierisch	4,3	2,7	6,1	6,8	2,1
Lissy	4,3	0,2	8,6	5,7	3,0
Winnie Puuh	4,1	3,5	4,8	7,7	0,9
Winx Club	3,9	0,1	8,0	5,2	2,7
Card Collector	3,8	7,4	0,0	3,9	3,7
Filly	3,8	0,1	7,6	7,1	0,7
Bussi Bär	3,7	3,5	3,9	6,1	1,5
Thomas & seine Freunde	3,5	6,3	0,5	5,1	2,0
Dora	2,4	0,5	4,3	4,2	0,7
Bummi	2,3	1,4	3,2	3,8	0,9

Lesebeispiel

14,1 % der Eltern der 6- bis 13-Jährigen lesen

"Geolino" mit.

Media-Leistungen
Mitlesende Eltern

sortiert nach Reichweite in % - Zielgruppe: Bevölkerung **4-13 Jahre**
Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-5 Jahre erhoben.

Quelle: Kids/VerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe	Gesamt 4-13 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	2.122	1.089	1.034
Gesamt in Mio.	7,52	3,86	3,66
Micky Maus - Magazin	22,2	31,2	12,6
Prinzessin Lillifee	13,8	0,3	28,0
Benjamin Blümchen	13,5	14,2	12,7
SpongeBob Schwammkopf	11,6	18,9	4,0
Löwenzahn	10,7	10,9	10,5
Wendy	10,1	0,5	20,3
Bob der Baumeister	10,0	17,2	2,5
Barbie	9,7	0,0	19,9
Frag doch mal die Maus	9,2	12,6	5,7
Winnie Puuh	9,2	8,7	9,7
Bibi Blocksberg	8,9	1,5	16,7
Hello Kitty	8,2	0,1	16,7
Disney Prinzessin	8,1	0,4	16,3
Bussi Bär	7,6	7,2	8,1
Disney Cars	7,4	13,4	1,0
Geo Mini	7,2	8,5	5,9
Bibi und Tina	5,3	0,7	10,1
Disney Einfach Tierisch	5,2	3,3	7,3
Bummi	5,1	4,0	6,2
Filly	4,8	0,3	9,6
Winx Club	3,6	0,1	7,3
Lesebeispiel			
13,8 % der Eltern der 4- bis 13-Jährigen lesen			
"Prinzessin Lillifee" mit.			

Media-Leistungen
Mitlesende Eltern

sortiert nach Reichweite in % - Zielgruppe: Bevölkerung **4-5 Jahre**
Es wurden 21 Titel bei der Zielgruppe 4-5 Jahre erhoben.

Quelle: Kids/VerbraucherAnalyse 2011

Leser einer Durchschnittsausgabe	Gesamt 4-5 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Benjamin Blümchen	37,1	41,3	32,7
Winnie Puuh	31,5	31,6	31,4
Prinzessin Lillifee	27,7	0,9	56,0
Bob der Baumeister	27,7	48,9	5,4
Bussi Bär	25,0	23,2	26,9
SpongeBob Schwammkopf	19,9	32,1	7,1
Bummi	17,4	15,4	19,4
Micky Maus - Magazin	17,1	21,8	12,2
Bibi Blocksberg	15,0	3,3	27,3
Disney Prinzessin	15,0	0,9	29,8
Barbie	14,3	0,0	29,4
Löwenzahn	12,8	14,2	11,4
Frag doch mal die Maus	10,2	12,9	7,3
Filly	9,4	1,2	18,1
Disney Einfach Tierisch	9,2	6,2	12,4
Bibi und Tina	8,5	1,9	15,5
Disney Cars	7,5	12,3	2,4
Wendy	7,5	1,6	13,7
Geo Mini	7,4	7,4	7,4
Hello Kitty	6,3	0,2	12,6
Winx Club	2,3	0,2	4,4

Lesebeispiel

37,1 % der Eltern der 4- bis 5-Jährigen lesen
 "Benjamin Blümchen" mit.

Ergebnisse für die 6- bis 13-Jährigen



Soziodemografie	Seite 27
Medienumgang und -akzeptanz	
Umgang mit Zeitschriften	Seite 31
Medienakzeptanz	Seite 32
Finanzielle Situation	Seite 33
Monatliche Geldbezüge	Seite 35
Geldgeschenke	Seite 36
Gespartes Geld	Seite 37
Sparziele	Seite 38
Taschengeld-Verwendung	Seite 39
Freiräume und Markeneinfluss	Seite 40
Aktionsfreiräume	Seite 42
Markenbewusstsein	Seite 43
Erfüllung des Markenwunsches/Einfluss	Seite 44
Informationsquellen	Seite 45
Kids und Werbung	Seite 46
Konsum- und Verwendungshäufigkeiten	Seite 47
Konsumhäufigkeit Food-Produkte	Seite 48
Verwendungshäufigkeit Körperpflegeprodukte	Seite 50
Spiel, Sport, Freizeit	Seite 51
Freizeitaktivitäten	Seite 53
Besitz, Besitzwunsch	Seite 54
Unterhaltungselektronik	Seite 55
Computer/Internet	Seite 56
Handy	Seite 59
Ausgaben für Spielwaren, Bekleidung/Schuhe	Seite 61

SOZIODEMOGRAFIE

Die Demografie der KidsVerbraucherAnalyse ist nach den wesentlichen Selektionskriterien, die auch in anderen Markt-Media-Studien enthalten sind, angelegt.

Die meisten Fragen zur Soziodemografie und den Haushaltsmerkmalen wurden im Eltern-Interview erhoben. Im Kids-Interview wurden das Alter des Kindes und dessen Schulbesuch abgefragt.

Zusätzlich zu den in den Tabellen aufgeführten Demografie-Merkmalen wurden erhoben:

- Bundesland
- Wohnortgrößen (politisch/BIK)
- Region (West/Ost)
- Alter des befragten Erziehungsberechtigten
- Alter und Geschlecht der Personen im Haushalt
- Verhältnis des befragten Erziehungsberechtigten zum befragten Kind
- Erziehungsberechtigter alleinerziehend
- Schulbildung des Hauptverdieners
- Berufstätigkeit des Hauptverdieners
- Berufsgruppe des Hauptverdieners
- Geschwister unter 18 Jahre im Haushalt
- Eigenes Zimmer für das Kind
- Migrationshintergrund

Soziodemografie

Struktur in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Demografie	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Alter					
Jungen	51,3	100,0	0,0	51,3	51,3
Mädchen	48,7	0,0	100,0	48,7	48,7
Alter					
6 Jahre	11,6	11,6	11,6	24,1	0,0
7 Jahre	11,8	11,8	11,8	24,5	0,0
8 Jahre	12,1	12,1	12,1	25,1	0,0
9 Jahre	12,6	12,6	12,6	26,3	0,0
10 Jahre	12,6	12,6	12,6	0,0	24,3
11 Jahre	12,9	12,9	12,9	0,0	24,8
12 Jahre	13,3	13,3	13,3	0,0	25,7
13 Jahre	13,1	13,1	13,1	0,0	25,2
Schulbesuch					
Grundschule	51,4	52,0	50,7	89,7	16,0
Hauptschule	6,7	7,9	5,5	0,0	12,9
Realschule	16,0	16,4	15,6	0,4	30,4
Gymnasium	16,7	14,7	18,8	0,4	31,8
Gesamtschule	3,7	3,8	3,5	0,0	7,1
andere Schule	1,2	1,2	1,1	0,5	1,8
noch nicht eingeschult	4,4	3,9	4,8	9,1	0,0
Personen im Haushalt					
2 Personen	4,1	3,7	4,6	3,9	4,4
3 Personen	22,0	21,8	22,2	22,2	21,8
4 Personen	52,2	51,9	52,6	52,8	51,7
5 Personen und mehr	21,6	22,6	20,5	21,0	22,1
Haushaltsnettoeinkommen					
unter 1.000 Euro	1,8	1,5	2,0	1,6	1,9
1.000 bis unter 1.500 Euro	7,1	7,1	7,0	6,8	7,3
1.500 bis unter 2.000 Euro	10,9	11,3	10,6	12,8	9,3
2.000 bis unter 2.500 Euro	16,5	16,8	16,1	18,1	14,9
2.500 bis unter 3.000 Euro	15,9	15,3	16,5	17,6	14,3
3.000 bis und mehr	29,3	29,5	29,1	24,6	33,6
Anzahl der Einkommensbezieher im Haushalt					
1 Person	31,3	30,7	31,9	32,3	30,3
2 Personen	64,7	65,3	64,1	64,1	65,3
3 Personen und mehr	3,1	3,3	2,9	2,3	3,9
Wohnverhältnisse					
zur Untermiete	0,6	0,5	0,7	0,8	0,4
in einer Mietwohnung	41,1	42,5	39,6	44,5	37,9
im gemieteten Ein-/Zweifamilienhaus	7,8	7,5	8,1	6,8	8,7
in einer Eigentumswohnung	7,1	6,9	7,3	8,4	5,9
im eigenen Haus	43,4	42,6	44,3	39,5	47,0
Lesebeispiel					
64,7 % der 6- bis 13-Jährigen leben					
in einem Haushalt mit zwei Verdienern.					

Soziodemografie

Demografie in Mio. - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Demografie	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis	1,728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Jungen	3,14	3,14	0,00	1,51	1,63
Mädchen	2,98	0,00	2,98	1,43	1,55
Alter					
6 Jahre	0,71	0,36	0,34	0,71	0,00
7 Jahre	0,72	0,37	0,35	0,72	0,00
8 Jahre	0,74	0,38	0,36	0,74	0,00
9 Jahre	0,77	0,40	0,38	0,77	0,00
10 Jahre	0,77	0,40	0,38	0,00	0,77
11 Jahre	0,79	0,40	0,39	0,00	0,79
12 Jahre	0,82	0,42	0,40	0,00	0,82
13 Jahre	0,80	0,41	0,39	0,00	0,80
Schulbesuch					
Grundschule	3,15	1,63	1,51	2,64	0,51
Hauptschule	0,41	0,25	0,16	0,00	0,41
Realschule	0,98	0,52	0,46	0,01	0,97
Gymnasium	1,02	0,46	0,56	0,01	1,01
Gesamtschule	0,22	0,12	0,10	0,00	0,22
andere Schule	0,07	0,04	0,03	0,01	0,06
noch nicht eingeschult	0,27	0,12	0,14	0,27	0,00
Personen im Haushalt					
2 Personen	0,25	0,12	0,14	0,11	0,14
3 Personen	1,35	0,69	0,66	0,65	0,70
4 Personen	3,20	1,63	1,57	1,55	1,65
5 Personen und mehr	1,32	0,71	0,61	0,62	0,70
Haushaltsnettoeinkommen					
unter 1.000 Euro	0,11	0,05	0,06	0,05	0,06
1.000 bis unter 1.500 Euro	0,43	0,22	0,21	0,20	0,23
1.500 bis unter 2.000 Euro	0,67	0,35	0,32	0,38	0,30
2.000 bis unter 2.500 Euro	1,01	0,53	0,48	0,53	0,48
2.500 bis unter 3.000 Euro	0,97	0,48	0,49	0,52	0,46
3.000 bis und mehr	1,79	0,93	0,87	0,72	1,07
Anzahl der Einkommensbezieher im Haushalt					
1 Person	1,92	0,96	0,95	0,95	0,97
2 Personen	3,96	2,05	1,91	1,88	2,08
3 Personen und mehr	0,19	0,10	0,09	0,07	0,12
Wohnverhältnisse					
zur Untermiete	0,04	0,02	0,02	0,02	0,01
in einer Mietwohnung	2,52	1,33	1,18	1,31	1,21
im gemieteten Ein-/Zweifamilienhaus	0,48	0,24	0,24	0,20	0,28
in einer Eigentumswohnung	0,44	0,22	0,22	0,25	0,19
im eigenen Haus	2,66	1,34	1,32	1,16	1,50
Lesebeispiel					
2,52 Mio. der 6- bis 13-Jährigen leben in einer Mietwohnung.					

MEDIENUMGANG UND -AKZEPTANZ

Bei den Kindern wurde die weitere Nutzung von Zeitschriften erfragt, die sie lesen.

Bei den Eltern wurde die Akzeptanz ausgewählter Medien ermittelt.



- Umgang mit Zeitschriften

S. 31

- Medienakzeptanz

S. 32

Medienakzeptanz

Akzeptanz der Medien in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Akzeptanz der Medien (Elternabfrage)	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18

Wichtigkeit bei Nutzung von Kindermedien (TV, Zeitschriften, Internet)**sehr wichtig / wichtig**

Mein Kind hat Spaß und Freude daran	98,2	98,4	98,0	97,8	98,6
Mein Kind kann etwas lernen	92,5	94,3	90,7	92,8	92,3
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	92,0	93,1	90,9	93,1	91,0
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	89,1	90,0	88,2	91,5	87,0
Meinem Kind werden Werte vermittelt	83,4	83,9	82,7	84,8	82,0
Mein Kind wird aktiv	79,3	79,0	79,7	81,5	77,4
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	74,5	74,8	74,2	80,5	69,0

TV-Sendungen für Kinder/Jugendliche**trifft zu...**

Mein Kind hat Spaß und Freude daran	85,5	84,2	86,9	87,2	84,0
Mein Kind kann etwas lernen	75,3	75,6	75,0	75,6	75,0
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	55,6	55,1	56,2	52,0	58,9
Meinem Kind werden Werte vermittelt	46,7	47,8	45,6	42,9	50,3
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	46,5	46,5	46,4	49,0	44,1
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	39,1	40,1	38,1	37,6	40,5
Mein Kind wird aktiv	22,9	22,4	23,5	23,7	22,2

Kinder- und Jugend-Zeitschriften**trifft zu...**

Mein Kind hat Spaß und Freude daran	83,7	82,2	85,4	87,1	80,7
Mein Kind kann etwas lernen	74,6	75,5	73,7	76,9	72,5
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	70,9	70,5	71,4	73,5	68,6
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	69,9	69,9	69,9	73,9	66,2
Meinem Kind werden Werte vermittelt	49,0	48,3	49,7	49,0	49,0
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	44,1	42,4	45,8	54,9	34,1
Mein Kind wird aktiv	35,9	34,1	37,7	37,7	34,2

Internet**trifft zu...**

Mein Kind hat Spaß und Freude daran	57,3	58,9	55,5	43,6	69,9
Mein Kind kann etwas lernen	44,7	46,5	42,7	30,0	58,2
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	31,7	32,1	31,4	27,3	35,8
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	27,4	28,1	26,6	17,0	36,9
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	25,6	25,9	25,3	18,2	32,4
Mein Kind wird aktiv	16,8	15,5	18,2	9,7	23,4
Meinem Kind werden Werte vermittelt	12,8	12,3	13,3	8,7	16,6

Keins dieser Medien**trifft zu...**

Mein Kind wird aktiv	46,2	47,4	44,9	46,8	45,6
Meinem Kind werden Werte vermittelt	29,2	28,5	29,9	32,5	26,1
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	22,3	22,2	22,5	17,3	27,0
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	10,2	8,8	11,7	12,2	8,4
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	9,9	9,8	9,9	9,7	10,0
Mein Kind kann etwas lernen	2,8	1,8	3,9	3,6	2,1
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	1,4	1,0	1,9	1,7	1,2

Lesebeispiel

74,6 % der Eltern der 6- bis 13-Jährigen sind der Meinung, dass ihr Kind durch Kinder- und Jugendzeitschriften etwas lernen kann.

DIE FINANZIELLE SITUATION DER KIDS



- Monatliche Geldbezüge S. 35
- Geldgeschenke S. 36
- Gespartes Geld S. 37
- Sparziele S. 38
- Taschengeld-Verwendung S. 39

FINANZIELLE SITUATION

Die Kinder verfügen über erhebliche Geldmittel.
Die aktuelle KidsVA zeigt das Finanzvolumen junger Konsumenten.

Abfrage bei den Kindern:

- monatliche Geldbezüge
- Geldgeschenke zu den Anlässen:
 - Geburtstag
 - Weihnachten
 - Ostern

Abfrage bei den Eltern:

- Besitz eines Sparbuches/Girokontos
- aktuelles Sparguthaben des befragten Kindes
- letztes Geldgeschenk ausgegeben oder gespart

Als zusätzliche Informationen wurden bei den Kindern erhoben:

- Taschengeld-Verwendung
- Sparziele

Die monatlichen Einkünfte aus Taschengeld und kleinen Geldzuwendungen summieren sich auf insgesamt 1,7 Milliarden Euro im Jahr.

Durch Geldgeschenke zum Geburtstag, zu Weihnachten und Ostern kommen noch einmal 0,9 Milliarden Euro hinzu.

Die Summe aus monatlichen Einkünften und Geldgeschenken addiert sich somit jährlich auf 2,6 Milliarden Euro.

Das aktuelle Sparguthaben der Kids beläuft sich auf insgesamt 2,5 Milliarden Euro.

Finanzielle Situation

Monatliche Geldbezüge

92% der 6- bis 13-Jährigen erhalten monatlich Taschengeld oder kleine Geldzuwendungen.

Durchschnittliche Höhe der monatlichen Einkünfte
(bezogen auf 6- bis 13-Jährige, die monatl. Geldbezüge erhalten):

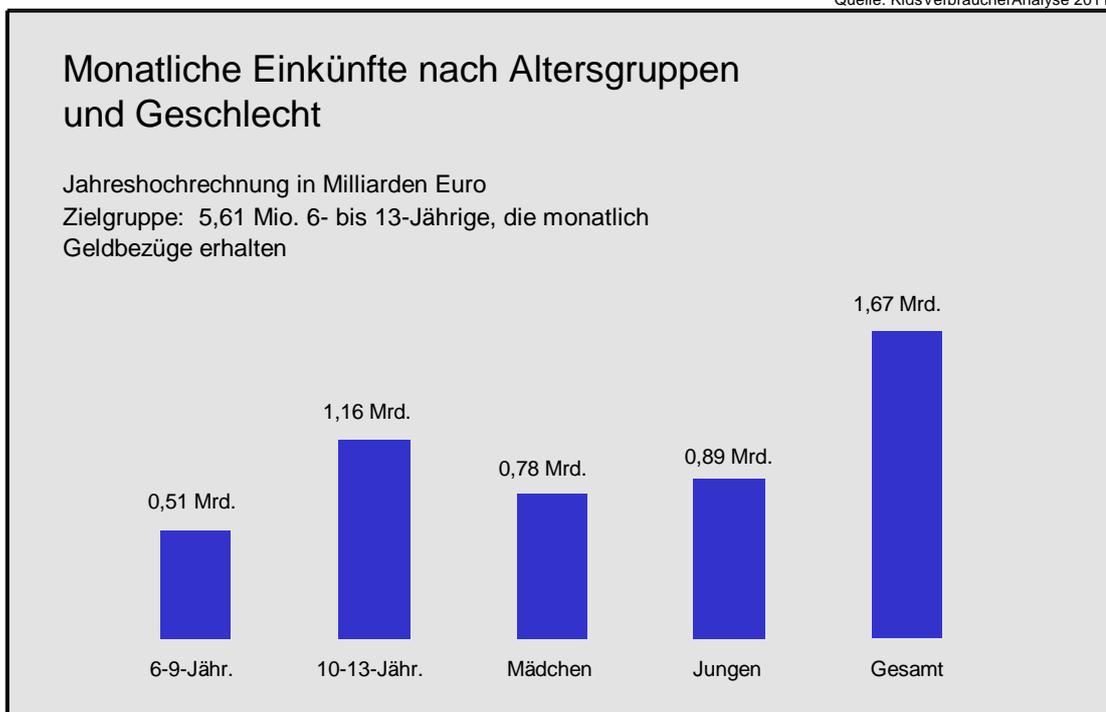
- Gesamt 24,79 Euro
- Jungen 25,85 Euro
- Mädchen 23,68 Euro

- 6 - 9 Jahre 16,86 Euro
- 10 - 13 Jahre 31,17 Euro

Insgesamt beläuft sich die Summe dieser Geldeinnahmen auf jährlich **1,67 Milliarden Euro.**

Diese Angaben wurden im Kids-Interview erhoben.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011



Lesebeispiel

Hochgerechnet auf ein Jahr beträgt die Summe der monatlichen Geldbezüge bei den 10- bis 13-Jährigen 1,16 Milliarden Euro.

Finanzielle Situation

Geldgeschenke

Ein Teil der 6- bis 13-Jährigen erhält neben den monatlichen Geldbezügen Geldgeschenke zu bestimmten Anlässen, wie Geburtstag, Weihnachten und Ostern.

Durchschnittliche Beträge der Zuwendungen pro Person
(bezogen auf 6- bis 13-Jährige, die jeweils Geldgeschenke erhielten):

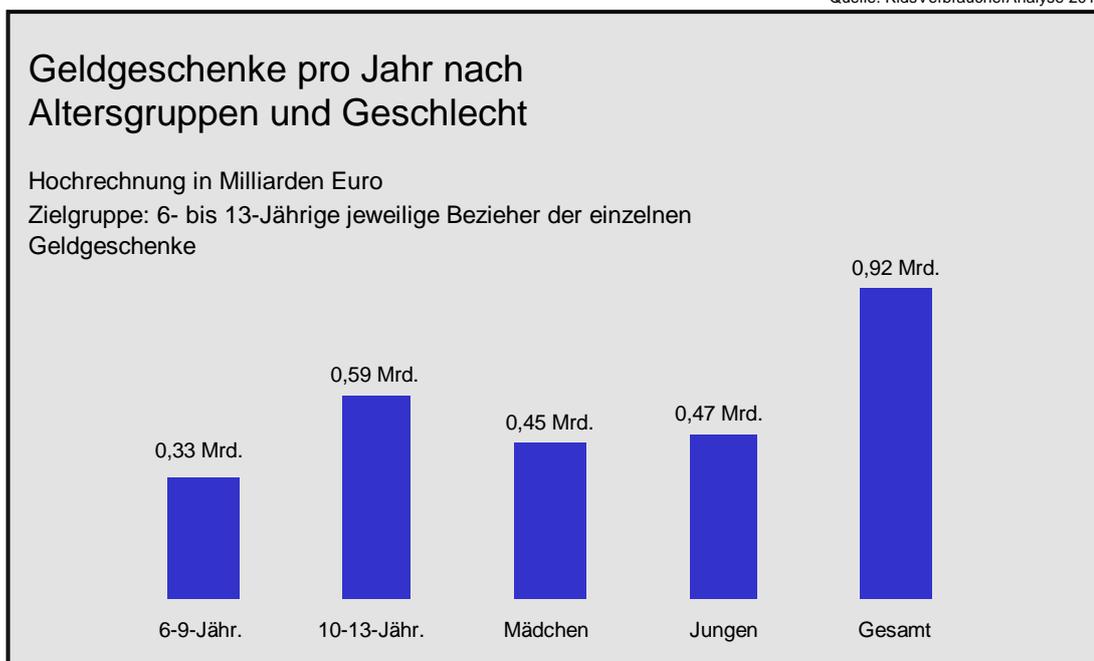
	Geburtstag	Weihnachten	Ostern
• Gesamt	78,6 Euro	89,3 Euro	29,3 Euro
• Jungen	78,3 Euro	88,8 Euro	28,7 Euro
• Mädchen	78,9 Euro	89,7 Euro	30,0 Euro
• 6 - 9 Jahre	62,0 Euro	74,5 Euro	25,7 Euro
• 10 - 13 Jahre	92,1 Euro	101,3 Euro	31,8 Euro

Wurde das **letzte Geldgeschenk** gespart oder ausgegeben?
14% der 6- bis 13-Jährigen haben - laut Eltern - alles ausgegeben,
57% haben einen Teil ausgegeben und einen Teil gespart
und 22% haben alles gespart.

Die Geldgeschenke addieren sich auf einem Betrag von **0,92 Milliarden Euro**.

Diese Angaben wurden mit Ausnahme der Frage
letztes Geldgeschenk im Interview mit den Kindern erhoben.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011



Lesebeispiel

Die Hochrechnung der Geldgeschenke zu besonderen Anlässen summiert sich bei den 6- bis 13-Jährigen Jungen auf 0,47 Mrd. Euro.

Finanzielle Situation

Gespartes Geld

75% der befragten Kids besitzen ein eigenes Sparbuch und 15% ein eigenes Girokonto.

Höhe des aktuellen Sparguthabens auf dem Sparbuch pro Person (bezogen auf 6- bis 13-Jährige, die ein Sparguthaben besitzen bzw. es die Eltern angaben):

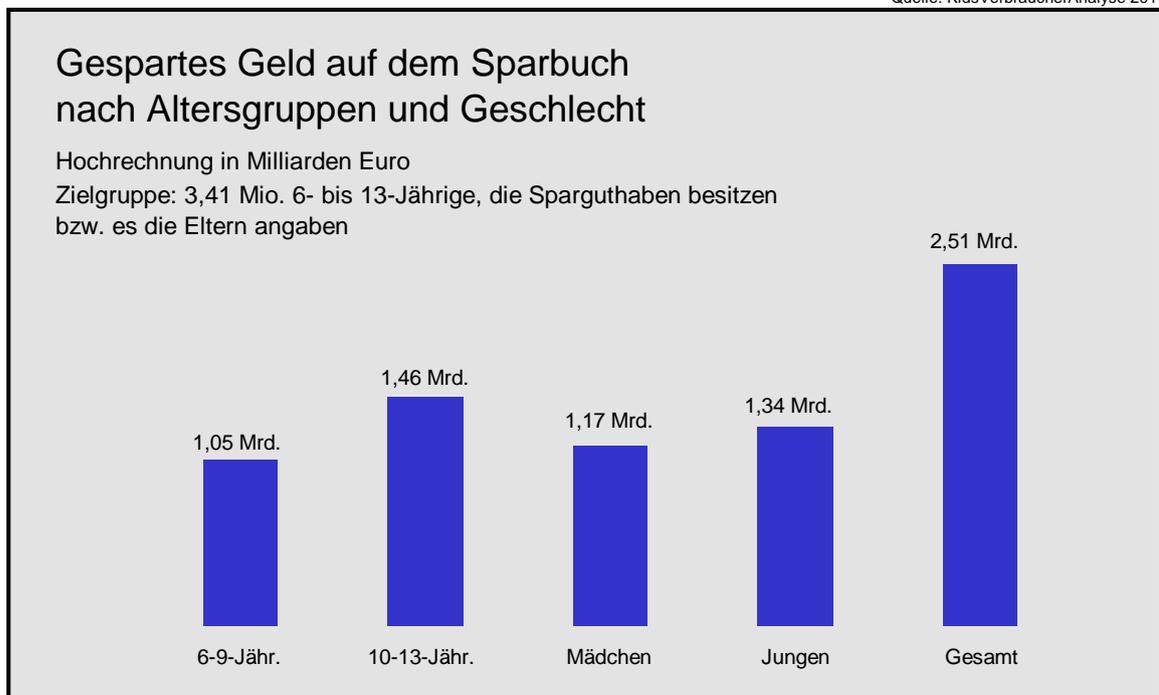
- Gesamt 738 Euro
- Jungen 763 Euro
- Mädchen 711 Euro

- 6 - 9 Jahre 674 Euro
- 10 - 13 Jahre 793 Euro

In der Hochrechnung ergibt sich für die 6- bis 13-Jährigen ein Betrag von **2,51 Milliarden Euro** an gespartem Geld.

Diese Angaben wurden im Eltern-Interview für das befragte Kind erhoben.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011



Lesebeispiel

Die 6- bis 13-jährigen Mädchen haben derzeit eine Summe von 1,17 Milliarden Euro auf ihren Sparbüchern.

Sparziele

81% der Befragten sparen alles oder einen Teil ihres Geldes;
hiervon sparen 61% auf ein ganz bestimmtes Ziel.

In den verschiedenen Gruppen haben konkrete Sparziele:

- Gesamt 61 %
- Jungen 65 %
- Mädchen 57 %
- 6 - 9 Jahre 59 %
- 10 - 13 Jahre 63 %

Die Angaben zu den Sparzielen wurden im Interview mit den Kindern erhoben.

Sparziele in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Sparziele	Gesamt 6-13 Jahre			6-9 Jahre	10-13 Jahre
	Gesamt	Jungen	Mädchen		
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Kind spart ...					
... alles	19,5	20,3	18,6	24,3	15,0
... einen Teil	61,6	58,4	64,9	55,1	67,5
... nichts, gibt alles aus	19,0	21,3	16,5	20,6	17,5
Fallzahlen: Sparer = 100					
Sparer in Mio.	4,96	2,47	2,49	2,34	2,63
Computer, Laptop, PC-Zubehör	14,4	16,7	12,2	7,3	20,8
Spielzeug, Spiele	12,9	15,2	10,7	20,1	6,5
Handy	10,8	9,2	12,5	9,2	12,3
Spiele/ Games für Handspielgerät, Spielekonsole	9,8	13,9	5,7	8,3	11,1
Bekleidung, Accessoires	8,3	3,2	13,4	3,0	13,0
Spielekonsole (z.B.: PlayStation, Wii, Xbox)	6,5	8,1	4,8	5,1	7,7
Fahrrad, Mountain Bike	6,3	9,1	3,5	7,5	5,2
MP3-Player	6,1	6,4	5,8	4,2	7,8
Sport/ Sportbekleidung	5,7	7,8	3,6	2,9	8,2
Handspielgeräte wie Game Boy, PSP, Nintendo DS	4,5	5,9	3,2	4,8	4,3
Haustiere/ Haustierbedarf	2,5	1,2	3,8	2,5	2,5
anderes	3,9	4,0	3,9	3,1	4,7
Lesebeispiel					
Bei 14,4 % der 6- bis 13-Jährigen, die Geld sparen, stehen Computer, Laptop und PC-Zubehör als Sparziel weit oben.					

Taschengeld-Verwendung

Fast alle Kinder (92%) erhalten von ihren Eltern regelmäßig Taschengeld oder Geldzuwendungen.

Das Geld wird von den 6- bis 13-Jährigen verwendet, um sich kleine persönliche Wünsche sofort erfüllen zu können.

Süßigkeiten, Zeitschriften/Comics und Eis liegen auf den ersten Plätzen der Taschengeld-Verwendung.

Die Jungen geben ihr Geld häufiger als Mädchen aus für: Sticker/Sammelkarten, Essen unterwegs/Fast Food und Spielsachen. Bei den Mädchen hingegen sind es Kosmetik-/Körperpflegeprodukte sowie Bekleidung/Accessoires.

Die 6- bis 9-Jährigen lassen ihr Geld häufiger für Spiele/Spielzeug, Eis und Sticker/Sammelkarten liegen; bei den 10- bis 13-Jährigen geht das Geld mehr für Essen unterwegs, Kino, Handy und Bekleidung weg.

Diese Angaben wurden im Interview mit den Kindern erhoben.

Taschengeld-Verwendung in % - Zielgruppe: Kinder, die Taschengeld erhalten

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Taschengeld-Verwendung	Gesamt 6-13 Jahre			6-9 Jahre	10-13 Jahre
	Gesamt	Jungen	Mädchen		
Fallzahlen: Taschengeld-Bezieher = 100	1.584	814	770	706	878
Taschengeld-Bezieher in Mio.	5,61	2,89	2,73	2,50	3,11
Kinder, die Taschengeld/kleine Geldzuwendungen bekommen:					
Süßigkeiten/ Kekse/ Kaugummi	63,7	67,0	60,2	65,4	62,2
Zeitschriften, Magazine, Comics, Manga	50,0	48,1	51,9	42,6	55,9
Eis	36,9	37,6	36,2	39,9	34,6
Getränke	31,9	36,0	27,7	24,7	37,7
Spielzeug, Spiele	28,8	33,2	24,2	36,3	22,8
Essen unterwegs/ Fast Food	25,6	30,7	20,2	10,5	37,7
Sticker/ Sammelkarten	18,1	23,8	12,1	21,0	15,8
Kino	17,9	16,7	19,2	4,5	28,7
Bekleidung, Accessoires	13,7	5,4	22,3	3,8	21,6
Musik-CDs	13,2	12,9	13,5	4,6	20,1
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	13,1	15,9	10,1	9,2	16,3
Handy-Kosten	12,0	13,4	10,4	1,2	20,6
Kosmetik/ Körperpflege	10,7	2,6	19,3	1,5	18,0
Schulsachen/ Stifte/ Füller	7,9	6,2	9,7	5,9	9,5
Bücher	7,6	6,0	9,3	4,4	10,1
Haustiere/ Haustierbedarf	3,4	1,1	5,9	2,0	4,6
anderes	4,2	4,0	4,4	4,2	4,2
Lesebeispiel					
50,0 % der 6- bis 13-Jährigen, die Taschengeld zur Verfügung haben, geben es für Zeitschriften, Comics aus.					

FREIRÄUME UND MARKENEINFLUSS DER KIDS



- Aktionsfreiräume S. 42
- Markenbewusstsein S. 43
- Erfüllung Markenwunsch/
Einfluss S. 44
- Informationsquellen S. 45
- Kids und Werbung S. 46

FREIRÄUME UND MARKENEINFLUSS

Kinder werden heute immer früher an Entscheidungsprozessen in den Familien beteiligt und sie besitzen großes Mitspracherecht. Entsprechend hoch ist ihr Einfluss in allen Fragen rund um die Themen Konsum und gemeinsame Freizeitgestaltung.

Ein weiteres Indiz für die großen Freiheiten, die Kindern schon früh zugestanden werden, sind ihre erheblichen **Aktionsfreiräume**. Diese wurden bei den Eltern durch neun Statements abgefragt.

Kinder entwickeln schon sehr früh ein ausgeprägtes **Markenbewusstsein**. Die KidsVA fragt zudem das Markenbewusstsein in 16 Food- und neun Non-Food-Produktbereichen ab. Zudem wird die **Bereitschaft der Eltern erfragt**, Markenwünsche ihrer Sprößlinge zu erfüllen. Desweiteren wurde der **Einfluss der Kids** in folgenden Bereichen erhoben: Wahl des Urlaubsortes, Kauf eines neuen Autos, Besuch von Freizeitparks, Kauf von Unterhaltungselektronik und Computern.

Schließlich wurden die **hauptsächlich genutzten Informationsquellen** der Eltern bei Käufen für das Kind abgefragt.

Auch zum Thema **Werbung** wurden den Kindern Fragen gestellt.

Die Daten zum Markenbewusstsein und zur Werbung stammen aus den Kids-Interviews.

Daten zu Aktionsfreiräumen, zur Markendurchsetzung und den Informationsquellen stammen aus den Interviews mit den Eltern.

Freiräume und Markeneinfluss

Aktionsfreiräume

Aktionsfreiräume in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Kind darf (immer/fast immer, oft)	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
sich so kleiden, wie es ihm gefällt	78,7	76,9	80,6	71,0	85,9
sein Taschengeld ganz selbstständig ausgeben	75,6	75,7	75,4	65,2	85,2
selbst bestimmen, wie sein Zimmer eingerichtet ist	71,8	70,6	73,1	63,3	79,7
Süßigkeiten kaufen, so viel es mag	46,6	46,6	46,5	33,8	58,3
allein ohne Aufsicht im Internet surfen	35,2	35,8	34,6	15,3	53,5
allein ein Restaurant z.B. McDonalds, Burger King, Pizza Hut besuchen	27,6	29,2	25,9	8,6	45,1
allein Sachen zum Anziehen kaufen	21,0	17,1	25,1	9,1	32,1
Lebensmittel für den Haushalt einkaufen und selbst entscheiden	18,6	16,4	20,9	13,0	23,8
sich - ohne dass die Eltern dabei sind - etwas kaufen, das teurer als 50 Euro ist	6,5	6,7	6,2	2,9	9,8

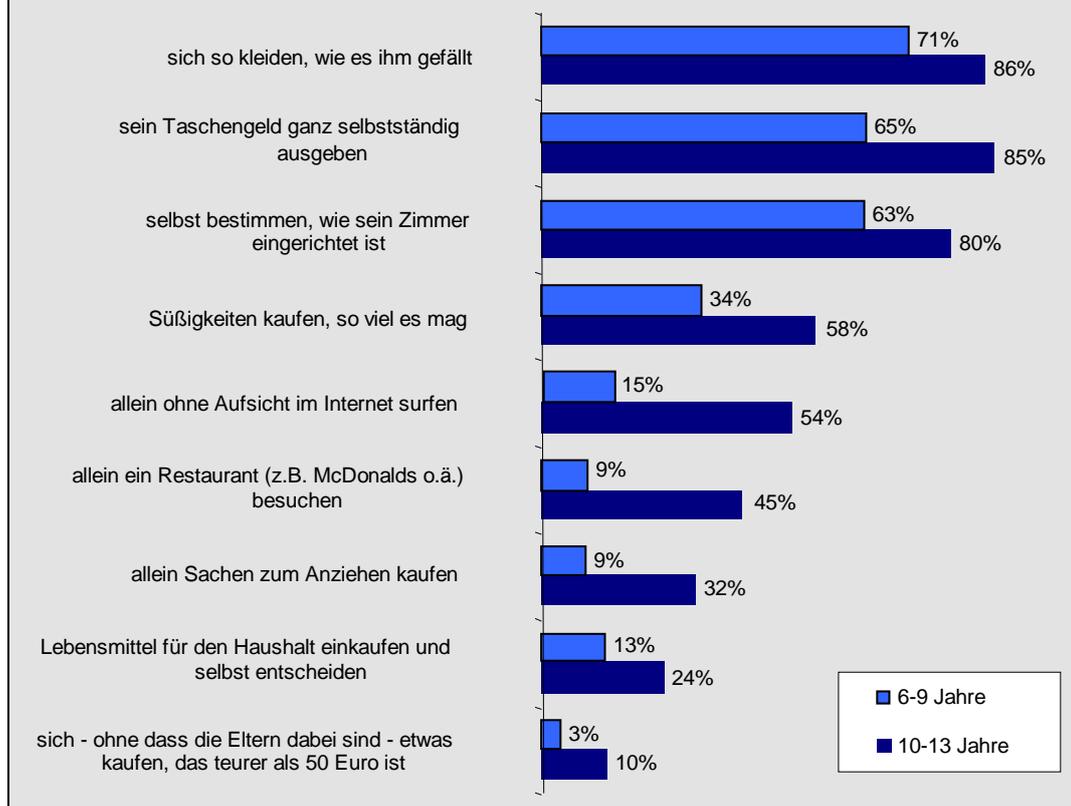
Lesebeispiel

21,0 % der 6- bis 13-Jährigen dürfen
allein Sachen zum Anziehen kaufen.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Aktionsfreiräume nach Altersgruppen

Basis: 2,94 Mio. 6-9 Jahre/ 3,18 Mio. 10-13 Jahre



Markenbewusstsein

Markenbewusstsein in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Marke ist wichtig	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Sportschuhe	54,9	63,6	45,8	42,7	66,3
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	50,6	48,5	52,8	43,8	56,8
Bekleidung, Jeans	45,8	42,7	49,2	30,1	60,4
Handy	44,7	46,9	42,3	26,7	61,2
Schulsachen, Stifte, Füller	42,1	38,5	46,0	40,5	43,6
Spielsachen	36,7	41,2	32,0	41,7	32,1
MP3-Player	30,5	33,2	27,7	20,7	39,6
sonstige Schuhe	28,8	27,2	30,4	17,8	39,0
Armbanduhr	22,4	21,7	23,1	16,6	27,7
süße Brotaufstriche (Nutella, Honig, Marmelade)	47,6	49,9	45,1	44,6	50,3
Schokolade, Schokoriegel	38,8	39,7	37,9	37,5	40,0
Cornflakes, Müsli	37,5	38,0	37,0	37,5	37,5
Kaugummi	36,3	38,0	34,5	27,0	44,9
Fruchtgummi	33,1	33,8	32,3	33,4	32,7
Getränke (Limonade, Cola, Fruchtsaft)	32,4	35,3	29,4	30,4	34,2
Joghurt	29,1	28,0	30,2	30,7	27,6
Eis	24,1	23,9	24,3	23,3	25,0
Pudding	24,0	22,1	26,0	25,4	22,7
Ketchup	22,5	24,7	20,3	23,7	21,4
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	21,7	24,0	19,3	17,6	25,5
Milchmixgetränke, Kakaogetränke	20,5	21,6	19,4	22,6	18,7
Kekse	20,0	19,3	20,9	17,6	22,2
Bonbons	19,3	18,1	20,6	19,7	19,0
Lollies, Lutscher	16,0	15,8	16,1	17,1	14,9
Quark	9,8	9,5	10,2	9,8	9,8
Lesebeispiel					
44,7 % der 6- bis 13-Jährigen legen bei					
Handys Wert auf eine bestimmte Marke.					

Erfüllung des Markenwunsches/Einfluss

Erfüllung Markenwunsch/Einfluss in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Markenwunsch wird meistens erfüllt / Einfluss	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Sportschuhe	47,3	56,8	37,3	34,9	58,7
Schulsachen, Stifte, Füller	46,0	41,5	50,7	41,5	50,1
Bekleidung, Jeans	42,7	40,0	45,6	28,9	55,4
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	42,7	40,0	45,5	35,9	49,0
Spielsachen	35,2	36,7	33,6	39,6	31,1
Handy	21,4	21,2	21,6	6,2	35,4
sonstige Schuhe	20,4	18,9	21,9	11,2	28,8
MP3-Player	14,3	14,9	13,6	6,7	21,2
Armbanduhr	12,8	12,0	13,5	8,8	16,4
süße Brotaufstriche (Nutella, Honig, Marmelade)	36,3	35,8	36,8	32,7	39,6
Schokolade, Schokoriegel	33,1	33,2	33,0	30,0	36,0
Fruchtgummi	32,4	32,6	32,2	33,2	31,6
Cornflakes, Müsli	30,6	30,4	30,8	30,0	31,2
Joghurt	30,5	28,1	33,0	30,5	30,5
Getränke (Limonade, Cola, Fruchtsaft)	30,4	29,6	31,3	28,0	32,6
Kaugummi	30,2	29,5	31,0	24,7	35,3
Eis	25,2	23,0	27,6	26,3	24,3
Ketchup	21,2	20,5	22,0	20,5	21,9
Pudding	19,8	18,9	20,7	18,7	20,8
Bonbons	18,6	17,3	19,9	17,2	19,9
Milchmixgetränke, Kakaogetränke	18,6	17,2	20,1	16,8	20,3
Kekse	18,4	16,7	20,2	17,2	19,5
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	17,1	17,2	17,0	12,7	21,2
Lollies, Lutscher	14,2	13,4	15,1	14,6	13,8
Quark	12,0	11,3	12,8	11,0	12,9
Kind hat Einfluss:					
beim Besuch von Freizeitparks	81,9	81,1	82,8	77,6	86,0
bei der Wahl der Urlaubsortes	44,6	41,7	47,6	33,0	55,3
beim Kauf von Unterhaltungselekt./ Computern	36,5	39,7	33,1	20,6	51,1
beim Kauf eines neuen Autos	8,6	8,8	8,4	6,6	10,5
Lesebeispiel					
30,6 % der 6- bis 13-Jährigen wird bei Cornflakes/ Müsli der Markenwunsch meistens erfüllt.					

Freiräume und Markeneinfluss

Informationsquellen

Genutzte Informationsquellen der Eltern in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

hauptsächlich genutzte Informationsquellen	Gesamt 6-13 Jahre			6-9 Jahre	10-13 Jahre
	Gesamt	Jungen	Mädchen		
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Hauptsächlich genutzte Informationsquellen der Eltern bei Einkäufen für das Kind bei ...					
... Bekleidung:					
beim Kind selbst	78,2	76,8	79,7	68,5	87,1
beim Ehe-/Lebenspartner	24,5	26,4	22,5	27,1	22,1
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	7,7	7,9	7,5	8,8	6,7
im Geschäft	42,9	43,2	42,6	48,7	37,6
in der Werbung	8,7	9,3	8,2	9,4	8,1
... Schuhen:					
beim Kind selbst	74,5	73,1	75,9	63,5	84,6
beim Ehe-/Lebenspartner	22,8	23,8	21,6	25,6	20,1
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	6,1	6,2	5,9	7,6	4,7
im Geschäft	42,8	41,0	44,8	48,4	37,7
in der Werbung	7,8	8,0	7,7	8,1	7,6
... klassischem Spielzeug:					
beim Kind selbst	74,4	76,7	71,9	73,7	75,0
beim Ehe-/Lebenspartner	32,4	33,4	31,4	35,6	29,5
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	13,8	12,7	14,9	15,2	12,5
im Geschäft	35,7	36,5	34,9	37,8	33,8
in der Werbung	10,4	11,6	9,2	12,2	8,8
... Computer-/Konsolenspielen:					
beim Kind selbst	50,1	54,1	45,9	36,2	63,0
beim Ehe-/Lebenspartner	45,9	44,9	47,0	44,7	47,1
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	16,7	17,6	15,8	14,1	19,1
im Geschäft	31,6	31,9	31,3	29,5	33,6
in der Werbung	9,9	10,1	9,6	8,7	11,0
... Sportausrüstung:					
beim Kind selbst	58,8	63,4	53,9	46,6	70,0
beim Ehe-/Lebenspartner	34,9	35,4	34,4	37,9	32,2
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	10,6	9,5	11,8	11,5	9,8
im Geschäft	41,0	40,9	41,0	41,7	40,3
in der Werbung	6,2	7,4	4,9	6,2	6,2
... Körperpflege, Kosmetik:					
beim Kind selbst	45,1	39,8	50,7	30,8	58,2
beim Ehe-/Lebenspartner	18,5	19,4	17,5	20,7	16,4
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	8,9	9,4	8,4	9,6	8,3
im Geschäft	47,7	47,8	47,6	51,9	43,8
in der Werbung	14,1	14,9	13,4	13,5	14,7
... Lebensmitteln:					
beim Kind selbst	47,6	46,7	48,6	42,6	52,3
beim Ehe-/Lebenspartner	33,6	34,2	32,9	37,1	30,3
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	9,9	9,6	10,2	9,5	10,3
im Geschäft	43,4	44,8	42,0	46,3	40,8
in der Werbung	14,3	15,0	13,5	14,9	13,7
Lesebeispiel					
Beim Kauf von Computer-/Konsolenspielen für die 6- bis 13-Jährigen informieren sich 50,1 % der Eltern bei den Kindern selbst.					

Kids und Werbung

Einstellung/Statements zur Werbung in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Einstellung/Statements zur Werbung	Gesamt 6-13 Jahre			6-9 Jahre	10-13 Jahre
	Gesamt	Jungen	Mädchen		
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Werbung finde ich...					
... im Fernsehen					
sehr gut/ gut	70,9	71,5	70,2	72,8	69,1
nicht so gut	19,1	18,1	20,1	16,7	21,3
gar nicht gut	8,1	8,8	7,5	7,4	8,8
... in Magazinen, Comic-Heften					
sehr gut/ gut	60,8	59,0	62,6	62,6	59,1
nicht so gut	26,7	27,6	25,8	22,5	30,7
gar nicht gut	9,3	10,6	7,8	10,1	8,5
... im Radio					
sehr gut/ gut	28,4	26,9	30,0	28,4	28,4
nicht so gut	37,9	39,4	36,4	32,7	42,7
gar nicht gut	23,0	23,4	22,5	22,4	23,5
Fallzahlen: Internet-Nutzer=100					
Gesamt in Mio.	1,280	684	596	454	826
... im Internet					
sehr gut/ gut	38,2	37,8	38,6	32,6	41,2
nicht so gut	31,9	31,5	32,4	30,2	32,8
gar nicht gut	20,6	21,2	19,8	19,3	21,3
Fallzahlen-Basis = 100					
Gesamt in Mio.	1,728	886	842	830	898
Statements zur Werbung für Dinge, die das Kind interessieren - stimme der Aussage zu:					
Durch die Werbung erfahre ich, was es alles Neues gibt	80,6	81,9	79,3	81,3	80,0
Ich finde es gut, wenn Kinder mitmachen können bei Rätseln, Gewinnspielen usw.	65,4	68,2	62,4	68,0	62,9
Werbung macht es mir leicht, meinen Eltern zu erklären, warum ich die Sache haben will	60,9	63,0	58,8	64,5	57,6
Über Sachen aus der Werbung rede ich oft mit meinen Freunden	53,6	54,3	52,9	52,1	55,0
Ich finde Werbung für Kinder oft langweilig	49,1	48,5	49,6	41,1	56,4
Die Werbung für Kinder ist viel zu wenig für uns Kinder gemacht	46,0	45,7	46,4	49,1	43,2
Lesebeispiel					
60,8 % der 6- bis 13-Jährigen finden Werbung in Magazinen, Comic-Heften sehr gut oder gut.					

KONSUM- UND VERWENDUNGSHÄUFIGKEITEN



- Konsumhäufigkeit
Food-Produkte S. 48
- Verwendungshäufigkeit
Körperpflegeprodukte S. 50

Konsum- und Verwendungshäufigkeiten
Konsumhäufigkeit im Food-Bereich

Eine Abfrage der **Konsumhäufigkeit** erfolgte in den Produktbereichen:

- Süßwaren,
Knabberartikel, Eis:**
- Bonbons
 - Lollies, Lutscher
 - Tafelschokolade
 - Schokoriegel, -waffeln
 - Fruchtgummi
 - Kaugummi
 - Süßgebäck, Kekse
 - Eis
 - salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse

- Erfrischungsgetränke:**
- Limonade, Brause, Colagetränke
 - Fruchtsäfte
 - Fertige Fruchtsaftschorle
 - Mineralwasser

- Frühstücksprodukte:**
- Fertig-Müsli, Haferflocken
 - Frühstücksprodukte wie Cornflakes, Cerealien
 - Streichkäse, Käse
 - Nuss-Nougat-Creme
 - Konfitüre, Marmelade, Honig

- Milchprodukte:**
- Milch
 - Fertige Milchmixgetränke
 - Kakao/-getränke
 - Joghurt
 - Quark
 - Pudding

- sonstige Produkte:**
- Würstchen, Wurst
 - Fischstäbchen
 - Nachspeisen

Darstellung
Konsumhäufigkeit: "mindestens mehrmals in der Woche"

Alle Angaben stammen aus den Interviews mit den Kindern.

Konsum- und Verwendungshäufigkeiten

Konsumhäufigkeit in Food-Produktbereichen

Konsumhäufigkeit in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Verzehr mindestens mehrmals in der Woche	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Süßwaren, Knabberartikel, Eis					
Kaugummi	53,1	55,3	50,9	40,3	65,0
Bonbons	46,0	45,5	46,5	47,1	45,0
Schokoriegel/ -waffeln	44,2	47,0	41,2	44,1	44,2
Fruchtgummi	42,7	45,3	39,9	44,2	41,3
Süßgebäck/ Kekse	36,4	36,6	36,3	39,3	33,8
Tafelschokolade	31,3	32,0	30,6	31,4	31,3
Salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	28,1	30,8	25,3	24,5	31,5
Lollies, Lutscher	23,6	22,1	25,2	27,2	20,3
Eis	22,4	21,7	23,3	20,8	24,0
Erfrischungsgetränke					
Mineralwasser	72,4	68,0	77,0	72,0	72,7
Fruchtsaft	72,3	72,1	72,4	73,8	70,8
Limonade/ Brause/ Colagetränke	54,5	58,8	50,0	44,7	63,6
Fertige Fruchtsaftschorle	46,9	46,0	47,9	44,2	49,5
Frühstücksprodukte					
Nuss-Nougat-Creme	65,5	68,7	62,1	66,8	64,3
Cornflakes, Cerealien	62,1	64,1	60,0	61,9	62,3
Konfitüre/ Marmelade/ Honig	61,0	61,4	60,6	66,0	56,4
Streich-Käse, Käse	61,0	60,4	61,6	60,4	61,5
Fertig-Müsli, Haferflocken	34,9	34,0	35,9	35,6	34,3
Milchprodukte					
Joghurt	70,7	70,1	71,2	74,8	66,8
Milch	67,9	67,0	68,9	70,3	65,7
Kakao/ Kakaogetränke	63,7	66,1	61,2	67,8	60,0
Pudding	34,5	36,3	32,7	38,5	30,9
Fertige Milchmix-Getränke	24,1	25,4	22,8	23,6	24,7
Quark	19,7	16,8	22,7	22,5	17,0
sonstige Foodartikel					
Würstchen, Wurst	78,3	80,7	75,8	80,2	76,6
Nachspeisen wie Milchreis, Rote Grütze	21,1	22,0	20,1	22,8	19,6
Fischstäbchen	5,0	4,4	5,6	6,0	4,0
Lesebeispiel					
70,7 % der 6- bis 13-Jährigen essen Joghurt mindestens mehrmals in der Woche.					

Verwendungshäufigkeit bei Körperpflegeprodukten

Verwendungshäufigkeit/Verwend. eigenes Produkt in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Alle Angaben stammen aus den Kids-Interviews.

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Verwendung mindestens mehrmals in der Woche	Gesamt 6-13 Jahre			6-9 Jahre	10-13 Jahre
	Gesamt	Jungen	Mädchen		
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Verwendung Körperpflegeprodukte					
Zahnpasta	99,2	98,8	99,6	99,2	99,2
Haarshampoo	86,6	85,5	87,7	80,9	91,8
Duschgel/ -creme	80,7	80,8	80,5	73,0	87,7
Deomittel	34,6	29,1	40,3	9,7	57,6
Gesichtscreme/ Gesichtslotion	28,3	15,7	41,6	22,3	33,9
Körpercreme/ Körperlotion	24,8	16,3	33,8	19,3	30,0
Haarstylingprodukte	20,7	24,9	16,3	8,1	32,3
Schaumbad für die Badewanne	20,7	17,9	23,7	24,9	16,8
Haarspülungen	17,8	5,6	30,6	10,0	25,0
Düfte/ Parfüm	14,5	6,9	22,5	3,4	24,8
Produkte gegen Pickel	12,3	8,0	16,9	1,3	22,5
Dekorative Kosmetik	9,0	1,0	17,4	2,0	15,5
Verwendung eigenes Produkt (Basis: Jeweilige Verwender)					
Produkte gegen Pickel	87,7	85,0	89,5	75,7	89,3
Dekorative Kosmetik	78,2	86,9	77,9	71,4	80,7
Deomittel	75,9	73,4	78,0	57,8	80,9
Düfte/ Parfüm	72,8	70,9	73,5	62,7	76,1
Zahnpasta	69,5	67,4	71,6	73,6	65,7
Haarstylingprodukte	68,0	75,2	59,0	50,3	75,2
Gesichtscreme/ Gesichtslotion	67,4	59,4	72,3	59,8	72,5
Haarshampoo	62,5	58,7	66,5	60,3	64,6
Duschgel/ -creme	62,2	59,7	64,9	55,3	68,3
Körpercreme/ Körperlotion	56,3	50,9	60,3	50,4	60,7
Haarspülungen	50,8	40,9	53,3	47,7	52,2
Schaumbad für die Badewanne	44,0	40,1	47,4	46,1	41,8
Lesebeispiel					
75,9 % der 6- bis 13-Jährigen, die Deomittel					
benutzen, verwenden ein eigenes Produkt.					

SPIEL, SPORT, FREIZEIT



- Freizeitaktivitäten S. 53
- Besitz/Besitzwunsch S. 54
- Unterhaltungselektronik S. 55
- Computer/Internet S. 56
- Handy S. 59
- Ausgaben für das Kind S. 61

SPIEL, SPORT, FREIZEIT

Freizeitaktivitäten

Kinder wachsen heute mit einer Fülle von Freizeit-, Sport- und Spielmöglichkeiten auf. Die KidsVA fragt dazu eine Reihe von Aktivitäten ab. Ganz vorne rangiert neben der sozialen Interaktivität mit Freunden, die Nutzung von Medien und sportliche Aktivitäten.

Besitz und Besitzwunsch

Die Erhebung des Besitzes und Besitzwunsches erfolgte in den Bereichen:

- Spielwaren, Freizeitgeräte
- Unterhaltungselektronik, Konsolen und Handheld
- Computer/Laptop
- Internet
- Handy

Berücksichtigt sind beim Besitzwunsch nicht nur die Neu-, sondern auch die Ersatz- oder Zweitanschaffungen.

Im Bereich **Computer** wurde die Nutzung zu Hause abgefragt.

Zum **Internet** wurden den Kindern Fragen nach der Häufigkeit und Art der Nutzung gestellt und der Besuch bestimmter Websites erhoben.

Die Eltern wurden nach Käufen im Internet und Regeln/Einschränkungen der kindlichen Internet-Nutzung befragt.

Neben dem Besitz eines **Handys** wurde nach dessen Kosten und den Trägern der Kosten gefragt. Außerdem wurden die Nutzungshäufigkeiten verschiedener Handy-Funktionen beleuchtet.

Kosten für Spielwaren, Bekleidung und Handy

Die Ausgaben der Eltern belaufen sich bei klassischen und elektronischen Spielwaren für das befragte Kind jährlich auf durchschnittlich 237 Euro. Bei Bekleidung liegt der Wert bei 332 Euro pro Jahr. Auf einen Betrag von 252 Euro summieren sich die jährlichen Handy-Kosten. Sie werden in zunehmendem Maße von den Eltern übernommen.

Folgende Angaben stammen aus den Eltern-Interviews.

Handy: Fester Vertrag oder Guthabekarte; wer bezahlt die Kosten und wie viel wird pro Monat fürs Handy des Kindes von den Eltern ausgegeben.

Internet: Regeln/Einschränkungen bei der Nutzung;

Online Bestellungen; Paid Content.

Alle anderen Daten wurden im Kids-Interview erhoben.

Spiel, Sport, Freizeit Freizeitaktivitäten

Freizeitaktivitäten in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Ausübung der Freizeitaktivitäten (häufig)	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Mit Freunden zusammen sein	79,1	78,9	79,3	75,2	82,7
Fernsehen schauen	77,7	80,1	75,2	73,6	81,6
Musik hören	56,2	49,7	63,1	40,9	70,3
Rad fahren, Biken	46,8	57,8	35,3	47,6	46,1
Sport im Sportverein treiben	42,8	54,1	30,8	37,2	47,9
Den Computer/ Laptop nutzen	35,0	38,9	30,8	13,9	54,4
Fußball spielen	33,0	60,9	3,7	32,1	33,9
Mit Handspielgeräten wie Game-Boy etc. spielen	32,7	38,5	26,5	29,6	35,6
Bücher lesen	32,3	20,8	44,3	32,0	32,5
Sich mit Tieren beschäftigen, füttern, pflegen	30,8	20,4	41,8	29,4	32,2
Im Internet surfen	28,4	30,8	25,8	7,7	47,5
M. Spielekonsolen wie Playstation, Wii, Xbox spielen	26,8	36,4	16,7	17,9	35,0
Videofilme/ DVDs ansehen	26,3	29,3	23,1	23,0	29,4
Hörspiele, Hörbücher auf Kassetten od. CDs hören	26,1	21,6	30,7	37,8	15,2
Zeitschriften, Magazine, Comics lesen	25,3	22,9	27,8	21,7	28,6
Malen, zeichnen	25,1	10,5	40,4	35,0	16,0
Mit Spielkästen (z.B.: Playmobil, Lego) spielen	22,3	29,2	14,9	37,2	8,5
Schwimmen	18,0	16,4	19,8	17,4	18,7
Basteln	17,0	10,8	23,5	25,4	9,2
Brettspiele, Kartenspiele spielen	16,1	15,1	17,3	21,5	11,2
Mit Puppen/ Stofftieren spielen	12,7	1,1	24,8	23,4	2,7
Skateboarding/ Inline skaten	12,4	15,0	9,6	8,0	16,4
Tanzen, Ballett, Turnen	12,1	2,1	22,6	13,4	10,9
Puzzeln	11,8	5,9	18,0	19,2	4,9
Mit Sammelkarten spielen	10,5	15,0	5,8	14,0	7,4
Sich mit Bastel-, Experimentierkästen beschäftigen	9,2	14,5	3,6	12,6	6,1
Shoppin gehen/ durch die Stadt bummeln	7,8	3,0	12,8	2,1	13,1
Reiten	6,9	1,1	13,1	6,8	7,0
Ins Kino gehen	5,2	4,0	6,4	2,0	8,1
Sich mit Modellbau beschäftigen (Autos, Schiffe etc.)	4,1	7,4	0,7	3,9	4,4
Mit der elektrischen Eisenbahn spielen	3,8	7,0	0,4	5,6	2,1
Lesebeispiel					
46,8 % der 6- bis 13-Jährigen fahren in ihrer Freizeit "häufig" Fahrrad.					

Besitz und Besitzwunsch

Besitz/Besitzwunsch in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Besitz/ Besitzwunsch	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Besitz					
Fahrrad/ Mountain Bike	94,2	94,2	94,1	93,2	95,1
Armbanduhr	82,3	83,2	81,4	76,6	87,6
Digitalkamera	24,3	20,0	28,7	13,7	34,0
Besitz Spielwaren					
Kartenspiele	89,3	89,7	88,9	89,6	89,1
Brettspiele	88,8	87,6	90,0	89,6	88,0
Puzzle	88,5	83,7	93,5	94,3	83,1
Plüsch-/ Stofftiere	79,2	64,3	94,9	85,5	73,3
Spielkästen wie z.B.: Playmobil, Lego	67,9	81,9	53,1	76,6	59,8
Abenteurpuppen, Action-Figuren	47,3	69,5	23,9	51,7	43,2
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	43,0	77,5	6,6	46,9	39,3
Puppen, Anziehpuppen	41,2	3,5	80,9	49,6	33,4
Bastel-, Experimentierkästen wie Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen	38,7	60,6	15,7	36,8	40,5
Elektrische Eisenbahn, Modelleisenbahn	21,4	38,7	3,3	24,6	18,5
Plastik-Modellflugzeug, -boot, -raumschiff, -auto	20,6	37,3	3,1	21,1	20,1
Besitzwunsch					
Digitalkamera	40,9	39,2	42,6	41,8	40,1
Armbanduhr	25,8	23,5	28,2	29,7	22,2
Fahrrad/ Mountain Bike	25,4	28,9	21,8	28,8	22,4
Besitzwunsch Spielwaren					
Kartenspiele	30,9	29,3	32,5	36,9	25,3
Brettspiele	30,4	25,0	36,0	35,9	25,2
Puzzle	26,7	21,0	32,8	37,3	16,9
Spielkästen wie z.B.: Playmobil, Lego	25,8	32,9	18,2	36,2	16,1
Bastel-, Experimentierkästen wie Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen	21,1	33,4	8,1	27,3	15,4
Abenteurpuppen, Action-Figuren	20,6	32,4	8,1	28,6	13,2
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	19,5	34,4	3,9	25,7	13,9
Plüsch-/ Stofftiere	18,4	6,9	30,5	27,4	10,0
Plastik-Modellflugzeug, -boot, -raumschiff, -auto	15,4	27,4	2,8	19,0	12,1
Puppen, Anziehpuppen	14,5	1,4	28,3	23,7	6,1
Elektrische Eisenbahn, Modelleisenbahn	13,6	23,3	3,4	19,1	8,5
Lesebeispiel					
24,3 % der 6- bis 13-Jährigen besitzen eine					
Digitalkamera und 40,9 % wünschen sie sich.					

Unterhaltungselektronik/Computer

Besitz/Besitzwunsch/Spielkonsole im Haushalt in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Besitz/ Besitzwunsch	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Besitz					
Musik-Anlage	60,9	59,8	62,0	52,3	68,8
Spiele/ Games für Handspielgerät/ Spielkonsole	54,9	59,4	50,2	44,9	64,2
MP3-Player	47,6	45,5	49,7	25,9	67,6
Fernseher	36,0	37,8	34,2	20,1	50,7
Computer, Laptop	22,8	21,5	24,2	10,8	33,9
DVD-Player	22,7	23,5	21,8	13,4	31,2
Internetzugang	16,7	17,1	16,2	4,8	27,6
Handspielgeräte:					
Nintendo DS	48,7	45,5	52,1	42,4	54,6
Game Boy	35,5	41,5	29,1	33,0	37,8
PlayStation Portable	9,2	12,1	6,1	5,5	12,6
Spielkonsole:					
Wii	20,9	21,5	20,3	14,9	26,4
PlayStation 2	16,8	22,2	11,2	10,8	22,4
PlayStation 3	7,4	10,3	4,3	4,3	10,2
Xbox	7,1	11,0	3,1	3,5	10,5
Besitzwunsch					
Computer, Laptop	62,0	64,7	59,2	60,3	63,6
Fernseher	56,8	57,4	56,2	64,7	49,5
Spiele/ Games für Handspielgerät/ Spielkonsole	50,4	53,6	47,1	56,6	44,8
Internetzugang	47,5	49,9	45,0	40,9	53,6
DVD-Player	44,8	46,4	43,1	44,8	44,8
MP3-Player	40,2	42,5	37,8	42,8	37,8
Musik-Anlage	29,8	29,5	30,1	32,4	27,4
Handspielgeräte:					
PlayStation Portable	26,6	35,9	16,9	27,8	25,6
Nintendo DS	25,3	25,4	25,2	30,4	20,6
Game Boy	15,4	17,9	12,7	19,5	11,5
Spielkonsole:					
Wii	39,5	39,5	39,6	46,8	32,8
PlayStation 3	32,7	43,3	21,6	33,7	31,7
Xbox	25,5	34,1	16,5	25,5	25,5
PlayStation 2	14,4	19,0	9,6	17,7	11,4
Spielkonsole im Haushalt, die von der gesamten Familien genutzt werden darf					
ja	65,7	68,5	62,8	59,4	71,6
nein	34,3	31,5	37,2	40,6	28,4
Fallzahlen: Spielkonsole im Haushalt: JA = 100					
Zielgruppe in Mio.	1.136	607	529	493	643
	4,03	2,15	1,87	1,75	2,28
Marke der Spielkonsole im Haushalt					
Wii	46,7	43,1	50,9	40,6	51,4
PlayStation 2	33,6	34,6	32,3	34,9	32,6
Xbox	14,5	17,8	10,7	11,6	16,8
PlayStation 3	14,0	16,8	10,8	13,6	14,4
andere Spielkonsole	18,6	15,9	21,8	21,6	16,3
Lesebeispiel					
20,9 % der 6- bis 13-Jährigen besitzen eine Wii und					
39,5 % wünschen sich eine Spielkonsole dieser Marke.					

Spiel, Sport, Freizeit Computer/Internet

Nutzung PC/Internet und Besuch Websites in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Nutzung Computer/Internet (von den Kindern beantwortet)	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Computer/Laptop-Nutzung zu Hause					
besitzt eigenen Computer/Laptop	22,8	21,5	24,2	10,8	33,9
benutzt anderen Computer/Laptop im Haushalt	52,3	55,7	48,6	53,1	55,1
benutzt keinen Computer/Laptop im Haushalt	24,9	22,8	27,2	36,1	11,0
Nutzungshäufigkeit Internet					
(Fast) jeden Tag	23,3	24,2	22,4	6,2	39,1
mehrmals pro Woche	30,0	31,8	28,1	25,2	34,5
etwa einmal pro Woche	12,6	12,9	12,2	13,2	12,0
seltener	8,2	8,2	8,1	10,1	6,4
nie	25,9	22,9	29,2	45,3	8,1
Fallzahlen: Nutzer des Internets = 100	1.280	684	596	454	826
Nutzer des Internets in Mio.	4,54	2,42	2,11	1,61	2,93
Art der Internet-Nutzung (mind. ab und zu)					
Informationen für die Schule sammeln	75,9	74,1	77,9	53,3	88,3
Kostenlose Online-Spiele	73,7	77,9	68,8	68,9	76,3
Musik anhören	65,6	64,4	67,0	53,7	72,2
E-Mails lesen/ schreiben	62,8	61,5	64,2	42,3	74,0
Informationen für die Freizeit sammeln	61,8	61,5	62,2	43,6	71,9
Nachschlagewerke (z.B.: Wikipedia) nutzen	59,5	58,3	61,0	30,0	75,8
Anschauen von Filmen, Videos, Clips	59,4	60,4	58,2	44,7	67,4
Sich mit Anderen in Chats oder Communities unterhalten	52,6	52,3	53,0	23,3	68,8
Lernprogramme/ Lernspiele verwenden	51,0	50,1	52,0	44,0	54,8
Informationen zu Marken oder Produkten suchen	46,3	47,3	45,2	26,3	57,3
Downloaden von Musik	28,0	30,0	25,7	10,4	37,6
Downloaden von Spielen, Programmen	23,2	27,5	18,4	9,7	30,7
Kostenpflichtige Online-Spiele (z.B.: in einer Games-Community)	7,4	9,4	5,0	4,4	9,0
Besuch von Medienwebsites/Tween Virtual Worlds (mindestens selten)					
www.toggo.de	39,6	40,2	38,9	55,9	30,6
www.schuelervz.net	37,6	35,6	39,9	14,6	50,2
www.kika.de	31,6	27,5	36,3	49,1	22,0
www.nick.de	24,9	23,0	27,2	31,8	21,2
www.micky-maus.de	24,5	29,3	19,1	35,9	18,3
www.facebook.com	24,1	22,5	25,9	6,3	33,8
www.disney.de	19,7	17,4	22,2	30,1	13,9
www.wasistwas.de	18,3	18,4	18,2	17,1	18,9
www.geolino.de	17,5	16,4	18,7	15,9	18,3
www.tivi.de	17,5	14,4	21,0	25,9	12,8
www.kidszone.de	16,9	16,1	17,9	19,0	15,8
www.lustiges-taschenbuch.de	11,9	15,2	8,0	14,1	10,6
www.nationalgeographic-world.de	11,9	13,5	10,0	6,6	14,7
www.wendy.de	10,5	1,3	21,2	13,0	9,2
www.elementgirls.de	10,3	0,4	21,6	9,1	10,9
www.barbie.de	10,1	0,3	21,3	17,6	6,0
www.panfu.de	9,7	8,0	11,8	9,7	9,7
www.lissy.de	8,9	1,8	17,1	14,8	5,6
www.girlfriends-mag.de	8,6	0,5	17,8	5,4	10,3
www.gogirl-online.de	6,5	0,5	13,4	4,3	7,8
www.mypokito.de	5,6	7,7	3,1	6,7	5,0
www.witchmagazin.de	5,0	1,4	9,2	5,7	4,7
www.gosupermodel.de	4,8	0,4	9,9	2,5	6,1
www.winxclub.de	4,6	1,0	8,8	5,9	3,9
www.stardoll.de	3,2	0,8	6,0	4,1	2,8
Lesebeispiel					
61,8 % der 6- bis 13-jährigen Internetnutzer sammeln übers Internet Informationen für die Freizeit.					

Internet

Nutzung/Statements/Regeln/Gründe Nichtnutzung in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Nutzung/Regeln/Statements (von den Eltern beantwortet)	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Kind darf zu Hause das Internet nutzen					
ja	74,3	76,6	71,8	57,1	90,1
nein	22,4	20,6	24,3	39,3	6,7
im Haushalt ist kein Internetzugang vorhanden	3,4	2,8	3,9	3,6	3,1
Folgenden Aussagen stimme ich voll/eher zu					
Kind erhält durch das Internet schnellen Zugang zu gefährlichen Inhalten	89,3	90,6	87,9	92,2	86,6
Internet ist für mein Kind ein modernes Hilfsmittel für schulische Aufgaben	80,9	81,6	80,2	75,5	85,9
Internet eröffnet dem Kind eine Vielzahl neuer Unterhaltungsmöglichkeiten	77,5	79,1	75,8	73,3	81,4
Kind wird durch die Angebotsflut im Internet überfordert	76,4	76,7	76,1	88,6	65,1
Internet ermöglicht Kind spielerisches Lernen im Alltag	65,1	66,6	63,5	62,7	67,3
Internet verdrängt andere Medien bei meinem Kind	57,3	59,2	55,3	59,9	54,9
Internet macht das Kind früher erwachsen	48,9	49,2	48,5	46,6	51,0
Kind bewegt sich wegen des Internets weniger	48,8	49,9	47,7	53,1	44,8
Als Eltern haben wir kaum Möglichkeiten, die Aktivitäten des Kindes im Internet zu kontrollieren	47,5	48,9	46,0	49,9	45,2
Durch das Internet vereinsamt das Kind	43,3	42,9	43,8	51,5	35,8
Das Internet bietet meinem Kind tolle Möglichkeiten, Gleichgesinnte zu treffen	42,8	44,3	41,2	30,9	53,8
Fallzahlen: Nutzung des Internets zu Hause erlaubt = 100	1.283	679	604	474	809
Nutzung des Internets zu Hause erlaubt in Mio.	4,55	2,41	2,14	1,68	2,87
Regeln/Einschränkungen für das Kind bei der Nutzung des Internets:					
Es gibt Regeln/ Einschränkungen	96,4	96,8	96,0	99,2	94,8
Dem Kind ist das Mitmachen bei Gewinnspielen verboten	79,9	80,3	79,6	81,7	78,9
Kind darf nur bestimmte Internet-Seiten besuchen	77,6	76,4	78,9	82,3	74,9
Kind hat festgelegte Zeitdauer, die es im Internet sein darf	72,6	73,9	71,2	81,1	67,7
Dem Kind sind Downloads verboten	67,9	66,9	69,1	72,5	65,3
Besucht Kind erstmals eine Internet-Seite, ist Elternteil dabei	59,3	59,5	59,0	75,9	49,6
Schutzprogramme für Kinder sind installiert	57,0	56,8	57,2	66,1	51,7
Dem Kind ist der Besuch von Chats verboten	44,2	44,8	43,5	62,9	33,2
Ein Elternteil muss bei Nutzung immer dabei sein	30,9	32,0	29,6	56,7	15,7
Es gibt (noch) weitere Regeln/ Einschränkungen	5,7	5,3	6,2	4,7	6,4
Lesebeispiel					
77,6 % der 6- bis 13-Jährigen, die das Internet zu Hause nutzen dürfen, dürfen nur bestimmte Internet-Seiten besuchen.					

Internet

Käufe/Zahlbereitschaft im Internet in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Bestellungen im Internet (von den Eltern beantwortet)	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Für das Kind im Internet schon Dinge gekauft/bestellt:					
Ja, und zwar:					
Bücher	43,9	40,4	47,6	37,4	49,9
Bekleidung	36,8	32,7	41,2	32,1	41,2
Hörspiele oder Musik-CDs	34,1	32,6	35,7	28,7	39,1
DVDs	33,9	33,5	34,2	26,5	40,7
Klassische Spielsachen (z.B.: Puppen, Spielkästen, Brettspiele)	30,2	28,9	31,6	31,6	28,9
Computer-/ Konsolenspiele	28,0	32,0	23,7	19,1	36,2
Ferienaufenthalte	14,1	12,3	16,0	13,1	15,0
Bezahlte Downloads (z.B.: Musik, Hörbücher, Handy-Software)	9,9	10,3	9,4	6,0	13,5
Nein, aber kann ich mir vorstellen:					
Hörspiele oder Musik-CDs	39,5	42,9	36,0	45,9	33,7
DVDs	39,2	40,9	37,5	47,1	32,0
Computer-/ Konsolenspiele	36,5	35,9	37,1	42,3	31,1
Klassische Spielsachen (z.B.: Puppen, Spielkästen, Brettspiele)	35,6	36,7	34,6	38,3	33,2
Bücher	35,3	39,3	31,1	40,9	30,1
Ferienaufenthalte	33,7	33,0	34,5	33,2	34,2
Bezahlte Downloads (z.B.: Musik, Hörbücher, Handy-Software)	32,0	33,6	30,4	34,4	29,8
Bekleidung	29,3	31,0	27,6	31,4	27,4
Bereitschaft für Kinder-Online-Angebote zu bezahlen:					
Online-Bildungsangebote	36,1	37,4	34,8	34,9	37,2
Online-Unterhaltungsangebote	7,8	7,4	8,1	7,2	8,3
Kinder-Communities/ Kinder-Chats	5,0	5,0	5,1	3,0	6,9
nicht bereit für Kinder-Online-Angebote zu bezahlen	61,8	60,5	63,2	63,4	60,3
Fallzahlen: Schon mal mit Kind im Internet gekauft/bestellt = 100					
Schon mal mit Kind im Internet gekauft/bestellt in Mio	853	440	413	264	588
	3,02	1,56	1,46	0,94	2,09
Für das Kind im Internet schon Dinge gekauft/bestellt -					
Ja - gemeinsam mit dem Kind im Internet bestellt:					
Bücher	51,6	44,5	59,1	51,4	51,6
Bekleidung	41,8	34,1	50,1	38,1	43,5
DVDs	40,9	41,3	40,5	32,9	44,5
Hörspiele oder Musik-CDs	40,1	37,0	43,5	36,3	41,9
Computer-/ Konsolenspiele	37,7	45,5	29,3	26,5	42,7
Klassische Spielsachen (z.B.: Puppen, Spielkästen, Brettspiele)	27,5	27,6	27,5	38,3	22,7
Ferienaufenthalte	11,7	10,2	13,2	14,7	10,3
Bezahlte Downloads (z.B.: Musik, Hörbücher, Handy-Software)	11,6	13,2	9,9	7,9	13,3
Lesebeispiel					
43,9 % der Eltern haben schon einmal für ihre Kinder Bücher im Internet bestellt.					

Handy

Besitz/Besitzwunsch, Nutzung in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Besitz/Besitzwunsch Nutzung	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen-Basis = 100	1.728	886	842	830	898
Gesamt in Mio.	6,13	3,14	2,98	2,94	3,18
Handy					
Besitz	52,6	51,9	53,4	25,7	77,5
Besitzwunsch	54,5	54,4	54,6	60,3	49,1
Fallzahlen: Handy-Besitzer = 100					
Handy-Besitzer in Mio.	3,22	1,63	1,59	0,76	2,47
Kind besitzt					
ein neues Handy	51,0	50,7	51,4	23,8	59,3
ein gebrauchtes Handy	48,4	48,3	48,5	75,0	40,3
Nutzungshäufigkeit des Handys zum ...					
... telefonieren					
mehrmals täglich	22,7	23,3	22,0	22,5	22,7
einmal am Tag	18,8	17,9	19,7	17,7	19,1
mehrmals in der Woche	34,8	36,5	33,2	39,0	33,6
einmal in der Woche	6,9	6,7	7,2	4,8	7,6
seltener	14,7	14,7	14,8	12,4	15,4
nie	2,0	0,9	3,2	3,6	1,5
... SMS verschicken					
mehrmals täglich	30,2	27,9	32,4	18,6	33,7
einmal am Tag	15,4	15,7	15,1	11,4	16,6
mehrmals in der Woche	30,6	29,6	31,7	34,2	29,5
einmal in der Woche	4,0	3,7	4,3	4,4	3,9
seltener	11,2	13,6	8,8	12,4	10,9
nie	8,6	9,4	7,7	19,0	5,4
... Musik hören					
häufig	27,8	26,4	29,2	9,5	33,4
ab und zu	30,4	31,2	29,7	25,8	31,8
gar nicht	41,8	42,4	41,1	64,7	34,8
... fotografieren					
häufig	21,9	16,3	27,7	11,1	25,2
ab und zu	43,5	47,1	39,8	29,7	47,7
gar nicht	34,6	36,6	32,5	59,1	27,1
... Videos, Clips ansehen					
häufig	7,7	9,6	5,8	2,4	9,4
ab und zu	19,6	19,6	19,5	10,1	22,5
gar nicht	72,7	70,7	74,7	87,5	68,2
... Klingeltöne, Logos, Hintergrundbilder herunterladen					
häufig	5,3	5,4	5,2	2,7	6,1
ab und zu	27,5	31,6	23,4	20,1	29,8
gar nicht	67,2	63,0	71,4	77,2	64,1
... Fotos, Bilder verschicken (MMS)					
häufig	5,9	5,2	6,7	0,5	7,6
ab und zu	24,8	23,2	26,4	11,1	28,9
gar nicht	69,3	71,6	67,0	88,4	63,5
... Internet nutzen					
häufig	3,0	4,8	1,0	2,1	3,2
ab und zu	3,5	3,7	3,2	1,8	4,0
gar nicht	93,6	91,5	95,7	96,2	92,8
... Spiele herunterladen					
häufig	1,8	2,8	0,7	1,2	2,0
ab und zu	11,9	14,4	9,3	7,8	13,2
gar nicht	86,3	82,7	89,9	91,0	84,9
Lesebeispiel					
30,2 % der 6- bis 13-jährigen Handy-Besitzer nutzen ihr Handy, um mehrmals täglich SMS zu verschicken.					

Handy

Bezahlung der Kosten, monatl. Ausgaben in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Ausgaben	Gesamt 6-13 Jahre			6-9	10-13
	Gesamt	Jungen	Mädchen	Jahre	Jahre
Fallzahlen: Handy-Besitzer = 100	910	460	450	213	696
Handy-Besitzer in Mio.	3,22	1,63	1,59	0,76	2,47
Festvertrag/Guthabekarte					
Fester Vertrag	10,6	9,6	11,7	7,2	11,7
Guthabekarte (Prepaid)	88,8	90,2	87,3	92,1	87,8
Bezahlung der Kosten fürs Handy					
Kind bezahlt allein	11,4	12,0	10,8	3,5	13,8
Kind bezahlt nur einen Teil	31,9	31,6	32,3	18,7	36,0
Eltern/andere Personen übernehmen die kompletten Kosten	56,7	56,4	57,0	77,8	50,2
Fallzahlen: Eltern, die Kosten für Kinder-Handy ganz oder teilweise tragen = 100					
Zielgruppe in Mio.	794	400	394	201	594
Zielgruppe in Mio.	2,82	1,42	1,40	0,71	2,10
Monatliche Ausgaben der Eltern für das Handy des befragten Kindes					
unter 5 Euro	8,5	9,6	7,3	11,0	7,6
5 bis unter 10 Euro	24,9	22,8	27,1	33,0	22,2
10 bis unter 15 Euro	28,5	28,5	28,5	31,1	27,6
15 bis unter 20 Euro	25,4	25,2	25,5	17,8	27,9
20 bis unter 25 Euro	6,7	5,9	7,6	5,7	7,1
25 Euro und mehr	6,1	8,1	4,0	1,5	7,6
Ausgaben in Euro Ø	11,4	11,8	11,0	9,5	12,1
Fallzahlen: Kinder, die Kosten für ihr Handy ganz oder teilweise selbst tragen = 100					
Zielgruppe in Mio.	387	196	191	45	342
Zielgruppe in Mio.	1,37	0,69	0,68	0,16	1,21
Monatliche Ausgaben des Kindes für das eigene Handy					
unter 5 Euro	9,7	9,6	9,8	20,9	8,2
5 bis unter 10 Euro	38,0	38,0	38,1	48,8	36,6
10 bis unter 15 Euro	29,0	28,1	29,9	23,3	29,7
15 bis unter 20 Euro	14,8	14,5	15,2	2,8	16,4
20 bis unter 25 Euro	4,6	4,5	4,8	4,1	4,7
25 Euro und mehr	3,9	5,4	2,3	0,0	4,4
Ausgaben in Euro Ø	9,5	9,7	9,3	6,8	9,9
Lesebeispiel					
Die Eltern der 6- bis 13-Jährigen geben durchschnittlich 11,40 Euro pro Monat für das Handy des Kindes aus.					

Ausgaben für Spielwaren und Bekleidung/Schuhe

Ausgaben in % - Zielgruppe: Bevölkerung 6-13 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Ausgaben	Gesamt 6-13 Jahre			6-9 Jahre	10-13 Jahre
	Gesamt	Jungen	Mädchen		
Fallzahlen: Ausgaben klassische Spiels. = 100	1.471	768	704	775	697
Gesamt in Mio.	5,22	2,72	2,49	2,75	2,47
Ausgaben der Eltern					
in den letzten 12 Monaten für ...					
... klassische Spielsachen für das befragte Kind					
1 bis unter 50 Euro	14,7	13,7	15,8	10,6	19,2
50 bis unter 100 Euro	26,9	27,1	26,7	24,2	29,9
100 bis unter 150 Euro	23,3	23,1	23,7	22,6	24,2
150 bis unter 200 Euro	10,8	9,9	11,7	12,2	9,2
200 bis unter 250 Euro	12,9	14,2	11,5	15,7	9,9
250 bis unter 300 Euro	5,0	5,7	4,2	6,4	3,4
300 Euro und mehr	6,4	6,3	6,5	8,4	4,2
Ausgaben in Euro Ø	122,-	125,-	120,-	138,-	105,-
... elektronische Spielsachen für das befragte Kind					
1 bis unter 50 Euro	19,9	17,6	22,6	27,0	14,3
50 bis unter 100 Euro	29,4	28,9	30,1	33,0	26,6
100 bis unter 150 Euro	20,0	20,7	19,1	16,8	22,4
150 bis unter 200 Euro	10,3	9,4	11,4	9,9	10,6
200 bis unter 250 Euro	10,2	11,9	8,1	7,9	12,0
250 bis unter 300 Euro	3,1	2,6	3,6	2,1	3,8
300 Euro und mehr	7,3	9,0	5,2	3,4	10,3
Ausgaben in Euro Ø	115,-	124,-	106,-	93,-	133,-
... Bekleidung, Schuhe für das befragte Kind					
Fallzahlen: Ausg. Bekleidung/Schuhe = 100	1.609	809	800	773	837
Gesamt in Mio.	5,70	2,87	2,84	2,74	2,97
1 bis unter 100 Euro	4,1	2,9	5,2	4,7	3,5
100 bis unter 200 Euro	16,3	18,0	14,5	18,6	14,1
200 bis unter 300 Euro	25,6	25,4	25,8	28,3	23,1
300 bis unter 400 Euro	20,1	21,5	18,6	18,6	21,5
400 bis unter 500 Euro	12,9	13,2	12,5	11,5	14,1
500 Euro und mehr	21,1	18,9	23,4	18,4	23,6
Ausgaben in Euro Ø	332,-	324,-	341,-	310,-	352,-
Lesebeispiel					
Die Ausgaben der Eltern für Bekleidung oder Schuhe für das befragte Kind betragen in den letzten 12 Monaten 332 Euro.					

Ergebnisse für die 4- bis 5-Jährigen



Alle Daten wurden bei den Eltern von 4-5-Jährigen erhoben

- Soziodemografie S. 63
- Medienumgang und -akzeptanz S. 65
- Finanzielle Situation S. 67
- Freiräume und Markeneinfluss S. 68
- Konsum-/Verwendungshäufigkeiten S. 70
- Spiel, Sport, Freizeit S. 72
- Ausgaben für das Kind S. 76

Soziodemografie

Struktur in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Demografie	4-5 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Alter			
Jungen	51,3	100,0	0,0
Mädchen	48,7	0,0	100,0
Kindergartenbesuch			
Kindergarten/ Hort/ Kita	96,8	96,9	96,7
kein Kindergartenbesuch	3,2	3,1	3,3
Personen im Haushalt			
2 Personen	6,3	7,5	5,0
3 Personen	32,5	34,1	30,8
4 Personen	48,2	46,6	49,8
5 Personen und mehr	13,1	11,8	14,4
Haushaltsnettoeinkommen			
unter 1.000 Euro	3,6	4,9	2,2
1.000 bis unter 1.500 Euro	8,4	8,8	0,0
1.500 bis unter 2.000 Euro	13,5	13,2	13,7
2.000 bis unter 2.500 Euro	19,1	18,3	19,9
2.500 bis unter 3.000 Euro	18,8	17,8	19,8
3.000 bis unter 3.500 Euro	8,1	9,5	6,6
3.500 bis unter 4.000 Euro	10,5	7,6	13,5
4.000 Euro und mehr	5,3	5,1	5,5
Anzahl der Verdiener im Haushalt			
1 Person	37,7	42,3	32,9
2 Personen	59,9	55,0	65,2
3 Personen und mehr	1,2	1,5	1,0
Wohnverhältnisse			
zur Untermiete	0,2	0,0	0,3
in einer Mietwohnung	50,6	52,4	48,7
in einem gemieteten Ein-/ Zweifamilienhaus	9,3	12,5	6,0
in einer Eigentumswohnung	6,9	5,8	8,1
im eigenen Haus	33,0	29,4	36,8
Lesebeispiel			
48,2 % der 4- bis 5-Jährigen leben			
in einem Haushalt mit 4 Personen.			

Soziodemografie

Demografie in Tsd. - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Demografie	4-5 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Jungen	717	717	0
Mädchen	680	0	680
Alter			
4 Jahre	690	354	336
5 Jahre	708	363	344
Kindergartenbesuch			
Kindergarten/ Hort/ Kita	1353	695	658
kein Kindergartenbesuch	44	22	22
Personen im Haushalt			
2 Personen	87	54	34
3 Personen	454	244	210
4 Personen	673	334	339
5 Personen und mehr	182	85	98
Haushaltsnettoeinkommen			
unter 1.000 Euro	50	35	15
1.000 bis unter 1.500 Euro	118	63	54
1.500 bis unter 2.000 Euro	188	95	93
2.000 bis unter 2.500 Euro	267	131	135
2.500 bis unter 3.000 Euro	263	128	135
3.000 bis unter 3.500 Euro	113	68	45
3.500 bis unter 4.000 Euro	146	55	92
4.000 Euro und mehr	74	36	38
Anzahl der Verdiener im Haushalt			
1 Person	527	303	224
2 Personen	837	394	443
3 Personen und mehr	17	11	7
Wohnverhältnisse			
zur Untermiete	2	0	2
in einer Mietwohnung	707	375	332
in einem gemieteten Ein-/ Zweifamilienhaus	130	89	41
in einer Eigentumswohnung	97	41	55
im eigenen Haus	461	211	251
Lesebeispiel			
44 Tsd. der 4- bis 5-Jährigen gehen weder in den Kindergarten noch in die Schule.			

Medienakzeptanz

Umgang mit Medien in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Akzeptanz der Medien	Gesamt	4-5 Jahre	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Wichtigkeit bei Nutzung von Kindermedien (TV, Zeitschriften, Internet)			
sehr wichtig / wichtig			
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	98,6	98,8	98,4
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	93,9	94,8	93,0
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	92,2	90,4	94,2
Mein Kind kann etwas lernen	92,0	91,6	92,5
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	86,8	86,1	87,6
Meinem Kind werden Werte vermittelt	84,2	84,9	83,5
Mein Kind wird aktiv	80,0	78,6	81,4
Kinderzeitschriften			
trifft zu...			
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	84,5	80,8	88,5
Mein Kind kann etwas lernen	76,3	75,5	77,1
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	74,8	71,7	78,2
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	74,7	75,5	73,9
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	70,6	67,4	74,0
Meinem Kind werden Werte vermittelt	53,4	52,5	54,4
Mein Kind wird aktiv	37,4	37,1	37,8
TV-Sendungen für Kinder			
trifft zu...			
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	82,6	86,5	78,6
Mein Kind kann etwas lernen	71,5	76,0	66,7
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	59,1	62,3	55,7
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	47,3	53,1	41,2
Meinem Kind werden Werte vermittelt	47,0	50,5	43,4
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	35,5	37,8	33,1
Mein Kind wird aktiv	25,6	29,3	21,8
Internet			
trifft zu...			
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	14,7	14,2	15,2
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	10,5	13,4	7,4
Mein Kind kann etwas lernen	9,8	10,6	9,0
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	7,6	6,8	8,6
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	6,1	7,4	4,7
Mein Kind wird aktiv	4,6	5,9	3,3
Meinem Kind werden Werte vermittelt	4,6	5,1	4,0
Keins dieser Medien			
trifft zu...			
Mein Kind wird aktiv	47,3	45,6	49,2
Meinem Kind werden Werte vermittelt	25,1	22,3	28,0
Kann mich mit Kind gemeinsam beschäftigen	13,9	14,4	13,4
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	13,1	11,6	14,6
Fantasie/Kreativität meines Kindes wird angeregt	8,5	7,6	9,5
Mein Kind kann etwas lernen	6,2	6,7	5,7
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	2,5	3,7	1,2
Lesebeispiel			
74,8 % der Eltern der 4- bis 5-Jährigen sind der Meinung,			
dass die Fantasie und Kreativität ihres Kindes			
durch Kinder- und Jugendzeitschriften angeregt wird.			

Verfügbares Geld, Geldgeschenke, Sparguthaben

51% der 4- bis 5-Jährigen erhalten monatlich Taschengeld oder kleine Geldzuwendungen.

58% der Zielgruppe hat Geldgeschenke zum Geburtstag, 54% zu Weihnachten und 30% zu Ostern erhalten.

Nach Angaben der Eltern haben derzeit 4% ein Girokonto und 57% der 4- bis 5-Jährigen ein Sparbuch.

		Hochrechnung in Mio. Euro/Jahr
monatliche Einkünfte:	12,1 Euro	103 Mio. Euro
	(201 Fälle = 711 Tsd.)	
Geldgeschenke:		
Geburtstag	71,6 Euro	58 Mio. Euro
	(230 Fälle = 816 Tsd.)	
Weihnachten	85,3 Euro	64 Mio. Euro
	(212 Fälle = 752 Tsd.)	
Ostern	32,9 Euro	14 Mio. Euro
	(118 Fälle = 419 Tsd.)	
Sparguth. Sparbuch:	797 Euro	469 Mio. Euro
	(166 Fälle = 588 Tsd.)	

Taschengeld-Verwendung in % - Zielgruppe: Kinder, die Taschengeld erhalten 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Taschengeld-Verwendung	4-5 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen: Taschengeld-Bezieher = 100	201	114	86
Taschengeld-Bezieher in Tsd.	711	406	306
Kinder, die Taschengeld/kleine Geldzuwendungen bekommen:			
Süßigkeiten/Kekse/Kaugummi	62,9	62,6	63,4
Spielzeug, Spiele	33,9	36,2	30,7
Eis	31,5	29,5	34,2
Zeitschriften, Magazine, Comics, Manga	23,6	17,1	32,2
Getränke	14,3	16,1	12,0
Sticker/Sammelkarten	11,0	8,4	14,4
anderes	3,8	5,6	1,4
Bücher	3,0	1,0	5,7
Kino	2,1	2,5	1,5
Musik-CDs	1,9	0,5	3,7
Lesebeispiel			
62,9 % der 4- bis 5-Jährigen Taschengeld-Bezieher geben ihr Geld für Süßigkeiten, Kekse etc. aus.			

Aktionsfreiräume und Informationsquellen

Aktionsfreiräume/Informationsquellen in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Kind darf.../ genutzte Informationsquellen in %	Gesamt	4-5 Jahre	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Kind darf immer/fast immer/oft:			
sich so kleiden, wie es ihm gefällt	59,0	53,5	64,7
selbst bestimmen, wie sein Zimmer eingerichtet ist	51,2	49,9	52,7
sein Taschengeld ganz selbstständig ausgeben	29,5	29,0	30,0
Hauptsächlich genutzte Informationsquellen der Eltern bei Einkäufen für das Kind bei ...			
...Bekleidung			
beim Kind selbst	48,7	47,0	50,5
beim Ehe-/ Lebenspartner	29,7	30,2	29,2
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	14,0	15,2	12,7
im Geschäft	60,5	59,4	61,7
in der Werbung	9,2	7,5	11,0
Schuhe			
beim Kind selbst	43,9	42,9	44,9
beim Ehe-/ Lebenspartner	25,3	25,6	24,9
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	11,5	12,1	10,9
im Geschäft	63,2	62,5	64,0
in der Werbung	7,0	5,9	8,1
klassisches Spielzeug			
beim Kind selbst	70,1	72,9	67,3
beim Ehe-/ Lebenspartner	43,7	42,8	44,7
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	21,5	19,1	24,1
im Geschäft	54,1	54,6	53,5
in der Werbung	19,7	17,9	21,6
Sportausrüstung			
beim Kind selbst	22,3	25,3	19,1
beim Ehe-/ Lebenspartner	40,5	42,8	38,1
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	11,6	13,2	10,0
im Geschäft	40,9	37,7	44,3
in der Werbung	6,5	4,3	8,8
Körperpflege, Kosmetik			
beim Kind selbst	19,4	19,0	19,8
beim Ehe-/ Lebenspartner	22,2	23,6	20,8
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	12,6	11,1	14,2
im Geschäft	59,6	58,2	61,1
in der Werbung	19,5	20,1	18,9
Lebensmittel			
beim Kind selbst	35,8	40,3	31,1
beim Ehe-/ Lebenspartner	33,4	33,0	33,7
bei and. Familienmitgliedern/Freunden	10,0	9,0	11,0
im Geschäft	52,4	49,2	55,8
in der Werbung	17,3	17,8	16,9
Lesebeispiel			
59 % der 4- bis 5-Jährigen dürfen sich so kleiden, wie es ihnen gefällt.			

Markenbewusstsein/Erfüllung des Markenwunsches

Markenbewusstsein/Erfüllung des Markenwunsches in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Marke ist wichtig/ Markenwunsch wird meistens erfüllt	Gesamt	4-5 Jahre	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Marke ist dem Kind wichtig			
Spielsachen	36,4	33,3	39,6
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	24,9	25,6	24,1
Sportschuhe	21,3	22,9	19,7
Schulsachen, Stifte, Füller	18,3	16,6	20,2
Bekleidung, Jeans	18,0	17,5	18,5
sonstige Schuhe	14,1	12,7	15,5
Handy	11,0	11,4	10,6
Armbanduhr	8,2	9,2	7,2
MP3-Player	8,1	9,9	6,1
süße Brotaufstriche (Nutella, Honig, Marmelade)	40,4	43,1	37,6
Fruchtgummi	37,0	33,0	41,3
Schokolade, Schokoriegel	35,9	34,0	38,0
Joghurt	32,2	31,7	32,7
Cornflakes, Müsli	31,9	28,8	35,2
Getränke (Limonade, Cola, Fruchtsaft)	24,2	23,1	25,4
Pudding	23,2	20,9	25,7
Milchmixgetränke, Kakaogetränke	22,5	22,3	22,9
Kekse	20,9	21,0	20,7
Eis	20,6	19,0	22,4
Bonbons	20,3	20,3	20,2
Lollies, Lutscher	18,5	15,1	22,1
Ketchup	16,4	16,1	16,8
Quark	14,7	15,7	13,5
Kaugummi	12,9	11,6	14,2
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	9,7	6,7	12,8
Markenwunsch wird dem Kind meistens erfüllt			
Spielsachen	32,8	32,0	33,6
Bekleidung, Jeans	15,8	11,4	20,4
Sportschuhe	14,3	14,1	14,5
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	13,8	13,1	14,5
Schulsachen, Stifte, Füller	11,8	9,5	14,2
sonstige Schuhe	8,7	6,8	10,6
Armbanduhr	3,9	1,6	6,3
MP3-Player	2,8	2,7	3,0
Handy	2,7	2,5	2,9
süße Brotaufstriche (Nutella, Honig, Marmelade)	37,3	38,2	36,4
Fruchtgummi	37,1	34,5	39,9
Joghurt	34,7	36,8	32,5
Schokolade, Schokoriegel	34,1	33,5	34,8
Cornflakes, Müsli	27,2	25,8	28,6
Eis	23,5	21,1	26,0
Getränke (Limonade, Cola, Fruchtsaft)	21,9	17,4	26,7
Pudding	21,0	16,9	25,3
Bonbons	18,8	16,6	21,1
Kekse	17,8	16,0	19,6
Lollies, Lutscher	17,0	11,4	23,0
Kakaogetränke	17,0	16,2	17,9
Ketchup	14,9	14,9	14,8
Kaugummi	11,6	9,0	14,4
Quark	10,8	12,1	9,5
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	9,4	6,4	12,5
Lesebeispiel			
36,4 % der 4- bis 5-Jährigen ist die Marke im Bereich Spielwaren wichtig			
und 32,8 % wird der Markenwunsch bei Spielwaren erfüllt.			

Konsum- und Verwendungshäufigkeiten

Konsumhäufigkeit von Food-Produkten

Konsumhäufigkeit in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Kind isst mindestens mehrmals in der Woche	Gesamt	4-5 Jahre	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Süßwaren, Knabberartikel, Eis			
Süßgebäck/ Kekse	41,0	39,4	42,7
Schokoriegel/ -waffeln	40,2	40,1	40,3
Fruchtgummi	36,2	34,7	37,7
Bonbons	35,9	33,6	38,3
Tafelschokolade	22,4	25,5	19,0
Lollies, Lutscher	20,1	16,8	23,5
Eis	15,8	11,7	20,0
Kaugummi	14,3	11,8	16,8
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	13,8	16,3	11,1
Erfrischungsgetränke			
Fruchtsaft	78,5	78,6	78,4
Mineralwasser	75,8	71,0	81,0
fertige Fruchtsaftschorle	42,5	45,2	39,6
Limonade/ Brause/ Colagetränke	25,2	25,9	24,4
Frühstücksprodukte			
Streich-Käse, Käse	65,2	64,8	65,6
Konfitüre/ Marmelade/ Honig	63,3	63,1	63,6
Nuss-Nougat-Creme	61,4	65,0	57,7
Cornflakes, Cerealien	58,2	58,5	57,9
Fertig-Müsli, Haferflocken	29,8	30,8	28,8
Milchprodukte			
Milch	80,9	79,3	82,6
Joghurt	79,6	80,2	79,0
Kakao/Kakaogetränke	69,0	68,5	69,6
Pudding	39,4	40,0	38,7
Quark	23,6	27,5	19,4
fertige Milchmix-Getränke	14,7	14,8	14,6
sonstige Foodartikel			
Würstchen, Wurst	82,9	83,4	82,3
Nachspeise	24,2	26,4	21,8
Fischstäbchen	7,4	7,7	7,2
Lesebeispiel			
61,4 % der 4- bis 5-Jährigen konsumieren mindestens mehrmals in der Woche Nuss-Nougat-Creme.			

Verwendungshäufigkeit bei Körperpflegeprodukten

Verwendungshäufigkeit/Verwendung eigenes Produkt in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Kind verwendet mindestens mehrmals in der Woche	Gesamt	4-5 Jahre	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Verwendung Körperpflegeprodukte			
Zahnpasta	99,5	100,0	98,9
Haarshampoo	79,3	81,0	77,6
Duschgel/ -creme	65,4	67,2	63,4
Schaumbad für die Badewanne	42,1	42,8	41,4
Gesichtscreme/ Gesichtslotion	39,7	33,7	46,0
Körpercreme/ Körperlotion	39,3	34,1	44,8
Verwendung eigenes Produkt (Basis: Jeweilige Verwender)			
Zahnpasta	84,4	84,7	84,1
Haarshampoo	70,5	67,6	73,4
Gesichtscreme/ Gesichtslotion	69,6	67,5	71,6
Körpercreme/ Körperlotion	68,0	66,8	69,1
Schaumbad für die Badewanne	66,1	64,3	68,0
Duschgel/ -creme	57,1	56,5	57,8
Lesebeispiel			
42,1 % der 4- bis 5-Jährigen verwenden mindestens mehrmals in der Woche ein Schaumbad für die Badewanne.			

Spiel, Sport, Freizeit Freizeitaktivitäten

Freizeitaktivitäten in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Freizeitaktivitäten des Kindes	4-5 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
TopTen			
Kind macht häufig			
Malen, zeichnen	56,0	39,2	73,7
mit Freunden zusammen sein	53,6	50,9	56,4
Fernsehen schauen	49,3	51,0	47,5
mit Spielkästen (z.B.: Playmobil, Lego) spielen	47,7	58,8	36,1
Hörspiele, Hörbücher auf Kassetten/CDs hören	46,6	45,1	48,3
mit Puppen/ Stofftieren spielen	43,8	14,9	74,3
Bücher lesen/ anschauen	37,6	31,2	44,4
Basteln	35,3	23,2	48,0
Puzzeln	34,4	28,7	40,4
Rad fahren, Biken	27,5	32,4	22,4
TopTen			
Kind macht häufig oder ab und zu			
Fernsehen schauen	98,3	99,6	96,9
mit Freunden zusammen sein	97,4	96,7	98,2
Malen, zeichnen	93,6	90,0	97,3
Basteln	92,1	90,0	94,3
Musik hören	91,8	91,0	92,7
Puzzeln	90,6	87,1	94,2
Bücher lesen/ anschauen	87,2	83,1	91,5
Hörspiele, Hörbücher auf Kassetten/CDs hören	86,8	85,2	88,6
Brettspiele, Kartenspiele spielen	86,6	85,5	87,7
mit Spielkästen (z.B.: Playmobil, Lego) spielen	84,1	92,2	75,5
Lesebeispiel			
56 % der 4- bis 5-Jährigen malen			
oder zeichnen in ihrer Freizeit "häufig".			

Besitz und Besitzwunsch

Besitz/Besitzwunsch in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Besitz/ Besitzwunsch	Gesamt	4-5 Jahre	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Besitz			
Fahrrad/ Mountain Bike	78,5	79,4	77,5
Armbanduhr	32,1	30,2	34,1
Digitalkamera	6,1	6,4	5,7
Besitz Spielwaren			
Plüsch-/ Stofftiere	96,4	94,1	98,7
Puzzle	95,7	95,0	96,4
Brettspiele	84,9	85,0	84,9
Spielkästen wie z.B.: Playmobil, Lego	81,7	91,2	71,8
Kartenspiele	80,6	80,0	81,3
Puppen, Anziehpuppen	59,7	22,6	98,7
Abenteurpuppen, Action-Figuren	47,6	70,8	23,1
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	39,3	70,6	6,3
Bastel-, Experimentierkästen, wie Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen	23,5	33,9	12,7
Elektrische Eisenbahn, Modelleisenbahn	17,7	31,8	2,8
Plastik-Modellflugzeug, -boot, -raumschiff, -auto	16,7	27,9	4,9
Besitzwunsch			
Fahrrad/ Mountain Bike	31,6	34,8	28,3
Armbanduhr	23,7	22,4	25,1
Digitalkamera	18,6	21,0	16,1
Besitzwunsch Spielwaren			
Puzzle	52,1	49,4	54,9
Spielkästen wie z.B.: Playmobil, Lego	49,5	55,6	43,0
Plüsch-/ Stofftiere	44,9	31,6	58,9
Kartenspiele	42,8	41,5	44,1
Brettspiele	41,9	38,5	45,5
Abenteurpuppen, Action-Figuren	37,0	56,2	16,9
Puppen, Anziehpuppen	35,6	9,7	62,9
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	31,4	54,8	6,7
Bastel-, Experimentierkästen, wie Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen	24,4	34,6	13,7
Elektrische Eisenbahn, Modelleisenbahn	23,0	40,8	4,2
Plastik-Modellflugzeug, -boot, -raumschiff, -auto	16,3	26,6	5,5
Lesebeispiel			
78,5 % der 4- bis 5-Jährigen besitzen ein Fahrrad oder Mountain Bike und 31,6 % wünschen sich eines.			

Besitz und Besitzwunsch

Unterhaltungselektronik, Handy, Computer

Besitz/Besitzwunsch in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Besitz/ Besitzwunsch	Gesamt	4-5 Jahre	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Besitz			
Musik-Anlage	37,9	34,6	41,4
Handspielgeräte wie Nintendo DS, Game Boy, PSP	22,1	26,6	17,4
Spiele/ Games für Handspielgerät, Spielekonsole	15,3	20,2	10,1
Fernseher	6,2	6,2	6,2
MP3-Player	5,9	5,5	6,3
DVD-Player	4,9	4,1	5,7
Spielekonsolen wie Playstation, Wii, Xbox	3,9	5,7	2,1
Handy	1,0	1,5	0,5
Computer, Laptop	3,7	3,4	4,1
Internetzugang	0,8	0,3	1,4
Besitzwunsch			
Fernseher	39,8	43,1	36,3
Handspielgeräte wie Nintendo DS, Game Boy, PSP	37,6	39,5	35,5
Spiele/ Games für Handspielgerät, Spielekonsole	32,3	37,7	26,7
Spielekonsolen wie Playstation, Wii, Xbox	31,2	36,7	25,5
Handy	26,4	24,8	28,1
Musik-Anlage	18,2	16,3	20,3
MP3-Player	17,6	17,5	17,8
DVD-Player	16,4	17,1	15,7
Computer, Laptop	24,3	27,2	21,3
Internetzugang	12,1	14,4	9,6
Lesebeispiel			
22,1 % der 4- bis 5-Jährigen besitzen ein Handspielgerät			
und 37,6 % derselben Zielgruppe wünschen sich ein solches.			

Computer- und Internetnutzung

Nutzung und Besuch Websites in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Nutzung / Besuch Websites	4-5 Jahre		
	Gesamt	Jungen	Mädchen
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Computer/Laptop-Nutzung des Kindes zu Hause			
besitzt eigenen Computer/Laptop	3,7	3,4	4,1
benutzt anderen Computer/Laptop im Haushalt	21,7	20,8	22,6
benutzt keinen Computer/Laptop im Haushalt	74,7	75,7	73,4
Nutzungshäufigkeit des Internets vom Kind			
(Fast) jeden Tag	0,7	0,9	0,5
mehrmals pro Woche	5,3	4,7	5,9
etwa einmal pro Woche	2,8	2,0	3,7
seltener	9,0	9,9	8,0
nie	82,2	82,5	81,9
Fallzahlen: Nutzer des Internets = 100	70	35	35
Nutzer des Internets in Mio.	0,25	0,13	0,12
Art der Internet-Nutzung (mind. ab und zu) des Kindes			
Lernprogramme/ Lernspiele verwenden	45,1	53,2	36,8
Musik anhören	44,7	43,5	45,8
kostenlose Online-Spiele	42,8	42,4	43,2
anschauen von Filmen, Videos, Clips	40,6	33,8	47,5
Informationen für die Freizeit sammeln	24,8	24,4	25,2
Informationen zu Marken oder Produkten suchen	11,1	11,2	11,0
kostenpflichtige Online-Spiele (z.B.: in einer Games-Community)	4,1	3,4	4,7
Fallzahlen-Basis = 100	394	202	192
Gesamt in Mio.	1,40	0,72	0,68
Für das Kind im Internet schon Dinge gekauft/bestellt:			
Ja, und zwar:			
Bücher	35,1	35,0	35,3
Bekleidung	33,6	34,1	33,2
Hörspiele oder Musik-CDs	32,3	29,8	35,0
Klassische Spielsachen (Puppen, Spielkästen)	28,9	24,5	33,6
DVDs	22,6	21,8	23,4
Ferienaufenthalte	11,7	10,1	13,5
Computer-/ Konsolenspiele	6,8	6,9	6,7
Bezahlte Downloads (Musik, Hörbücher)	5,5	3,6	7,4
Nein, aber kann ich mir vorstellen:			
DVDs	46,7	46,0	47,4
Computer-/ Konsolenspiele	43,1	41,4	44,9
Klassische Spielsachen (Puppen, Spielkästen)	41,8	43,7	39,8
Hörspiele oder Musik-CDs	41,3	40,6	42,1
Bücher	39,6	37,8	41,5
Ferienaufenthalte	33,9	36,8	30,9
Bezahlte Downloads (Musik, Hörbücher)	32,0	33,2	30,6
Bekleidung	26,7	22,7	31,0
Bereitschaft für Kinder-Online-Angebote zu bezahlen:			
Online-Bildungsangebote	21,9	19,1	24,8
Online-Unterhaltungsangebote	6,4	4,1	8,8
Kinder-Communities/ Kinder-Chats	3,0	2,7	3,4
nicht bereit für Kinder-Online-Angebote zu bez.	75,6	78,8	72,3
Lesebeispiel			
35,1 % der Eltern der 4- bis 5-Jährigen haben das Internet schon genutzt, um Bücher für ihr Kind zu bestellen.			

Ausgaben für Spielwaren und Bekleidung/Schuhe

Ausgaben in % - Zielgruppe: Bevölkerung 4-5 Jahre

Quelle: KidsVerbraucherAnalyse 2011

Ausgaben	Gesamt	4-5 Jahre	
		Jungen	Mädchen
Fallzahlen: Ausgaben klassische Spielsachen = 100	371	189	183
Gesamt in Mio.	1,32	0,67	0,65
Ausgaben der Eltern in den letzten 12 Monaten für ...			
... klassische Spielsachen für das befragte Kind			
1 bis unter 50 Euro	8,7	10,2	7,2
50 bis unter 100 Euro	17,8	15,1	20,5
100 bis unter 150 Euro	24,0	22,7	25,3
150 bis unter 200 Euro	15,5	18,3	12,7
200 bis unter 250 Euro	14,6	12,8	16,5
250 bis unter 300 Euro	6,0	6,2	5,8
300 Euro und mehr	13,3	14,7	11,9
Ausgaben in Euro Ø	159,-	159,-	158,-
... elektronische Spielsachen für das befragte Kind			
1 bis unter 50 Euro	39,4	35,7	45,4
50 bis unter 100 Euro	22,1	24,8	17,8
100 bis unter 150 Euro	12,9	10,6	16,7
150 bis unter 200 Euro	10,4	9,6	11,8
200 bis unter 250 Euro	9,1	12,8	3,0
250 bis unter 300 Euro	3,2	3,5	2,5
300 Euro und mehr	2,9	3,0	2,8
Ausgaben in Euro Ø	96,-	96,-	97,-
... Bekleidung, Schuhe für das befragte Kind			
1 bis unter 100 Euro	4,6	4,4	4,8
100 bis unter 200 Euro	22,4	19,5	25,5
200 bis unter 300 Euro	27,5	30,7	24,1
300 bis unter 400 Euro	20,3	20,7	19,9
400 bis unter 500 Euro	9,5	11,4	7,6
500 Euro und mehr	15,7	13,2	18,2
Ausgaben in Euro Ø	301,-	290,-	313,-
Die Ausgaben der Eltern für klass. Spielsachen für das befragte Kind betrugen in den letzten 12 Monaten 159 Euro.			

ANHANG



- Methodik S. 78
- Codepläne S. 85
- Stichwortverzeichnis S. 130

1 Ziel und Aufbau der Untersuchung

1.1 Untersuchungsziel und -typ

Mit der KidsVerbraucherAnalyse 2011 (KidsVA) wird eine Media-Markt-Studie vorgestellt, in der eine Fülle an Medien- und ergänzenden Informationen bei Kindern im Alter von 4 bis 13 Jahren erhoben wurden.

Durch Erfahrungen mit Pretests und den Vorläufern der KidsVA, die deutlich die Grenzen der Belastbarkeit von Kindern und Jugendlichen durch Umfragen aufgezeigt haben, erfolgte die Erhebung in einem Umfang, der bei dieser nicht unproblematischen Zielgruppe gerade noch realisierbar ist. Fragebogenlängen, die bei Erwachsenen noch durchgeführt werden können, sind bei dieser Zielgruppe nicht durchsetzbar, ohne dass dabei die Qualität der Befragung erheblich leidet.

Deshalb wurden, nach einer Testphase in der KidsVA '93, seit der KidsVA '94 einige Fragestellungen auf die Eltern ausgelagert. Im Doppel-Interview werden bei den 6- bis 13-Jährigen ein Kind und ein Erziehungsberechtigter befragt. Dadurch wird zusätzlich der Empfehlung des ADM Folge geleistet, die besagt, dass Interviews mit Minderjährigen unter 14 Jahren nicht ohne Kenntnis eines in der Wohnung anwesenden Erwachsenen durchzuführen sind.

Diese interessante Zielgruppe der 6- bis 13-Jährigen wurde in diesem Jahr um Informationen zu 4- und 5-jährigen Kindern (Preschool) erweitert. Hierzu wurde ein verkürzter Gesamtfragebogen entwickelt, der Fragen zu den Gewohnheiten des ausgewählten Kindes sowie des Erziehungsberechtigten beinhaltet. Diese Fragen wurden komplett von den Erziehungsberechtigten beantwortet.

1.2 Auftraggeber

Auftraggeber der KidsVA 2011 ist die Egmont Ehapa Verlag GmbH.

1.3 Konzeption

Sämtliche Phasen des Projekts wurden in enger Zusammenarbeit zwischen dem KidsVA-Trägerverlag und der Czaia Marktforschung GmbH in Verbindung mit Immediate Software GmbH, Bremen, konzipiert.

1.4 Institute

Die Interviews wurden von

- Enigma GfK Medien- und Marketingforschung GmbH, Wiesbaden
- Krämer Marktforschung GmbH, Münster

erhoben.

2 Erhebungsmethode

2.1 Befragungstyp

In der KidsVA 2011 erfolgte die Befragung wie bereits in der Vorgänger-Studie per C.A.P.I. (Computer Assisted Personal Interviewing)/ C.A.S.I. (Computer Assisted Self Interviewing). Dabei wurde bei der Untersuchung der 6- bis 13-Jährigen zunächst das Kind und im Anschluss der Erziehungsberechtigte mit Hilfe eines Notebooks befragt. Auch die Befragung des Erziehungsberechtigten für die Preschool-Untersuchung wurde per C.A.P.I./ C.A.S.I. durchgeführt.

Hierfür wurde den Instituten von der Czaia Marktforschung/ Immediate Software eine einheitliche Fragebogen-Software mit zwei Fragebogen-Versionen, die je nach Alter des Kindes aufgerufen wurden, zur Verfügung gestellt. Unterstützt wurde die Befragung im C.A.P.I.-Fragebogen durch ein Listenheft mit möglichen Antwortvorgaben.

2.2 Media-Abfrage

Damit das Interview für das Kind bzw. den Erziehungsberechtigten interessanter wird und die Media-Daten unabhängig von einem eventuellen Interviewereinfluss ermittelt werden können, wurde die Mediennutzung per C.A.S.I. erhoben. Dabei übergibt der Interviewer das Notebook an den Befragten, der selbst die notwendigen Eingaben vornimmt. Hierbei stand der Interviewer bei Bedarf helfend zur Seite. Bei der Preschool-Erhebung bekommt der Erziehungsberechtigte im C.A.S.I.-Teil nur eine Auswahl von Titeln, die für ein Kind der Altersklasse 4 bis 5 Jahre geeignet sind.

Da die Ermittlung der Reichweiten über Titelsignets nicht zu validen Ergebnissen führt, wurde wie in den Vorgänger-Studien das sogenannte Titelseiten-Identifikations-Modell (TIM) verwendet. Die Erhebung der Media-Daten wurde an die neue Befragungsmethode C.A.P.I./ C.A.S.I. so angepasst, dass sie dem Modell der Vorgänger-Studien möglichst nahe kommt.

Zunächst wurde für jeden Titel im Generalfilter abgefragt, ob das Kind den Titel schon gelesen, angeschaut oder darin geblättert hat. Zur visuellen Unterstützung erschien hierbei jeweils eine Collage mit mehreren Ausgaben des Titels. Auf Basis des Generalfilters wurden im zweiten Schritt für die jeweiligen Titel die Nutzung der Einzelausgaben anhand der Titelseiten erhoben. Jeweils sechs Ausgaben wurden auf einer Bildschirmseite absteigend in ihrer Aktualität visualisiert. Jede Ausgabe, die das Kind gelesen, angeschaut oder durchgeblättert hatte, war anzuklicken.

2.3 Liste der in der KidsVA 2011 untersuchten Ausgaben

Titel	Verlag	Erscheinungs- weise	Preschool	abgefragte Heft-Nummern
Barbie	Ehapa Verlag	monatlich	ja	3/10 bis 13/10, 1/11
Benjamin Blümchen	Ehapa Verlag	monatlich	ja	2/10 bis 13/10
Bibi Blocksberg	Ehapa Verlag	monatlich	ja	4/10 bis 13/10, 1/11, 2/11
Bibi und Tina	Ehapa Verlag	monatlich	ja	4/10 bis 13/10, 1/11, 2/11
Bob der Baumeister	Panini Verlag	monatlich	ja	2/10 bis 13/10
Bummi	Pabel Verlag	monatlich	ja	3/10 bis 12/10, 1/11, 2/11
Bussi Bär	Pabel Verlag	monatlich	ja	3/10 bis 12/10, 1/11, 2/11
Card Collector	Pabel Verlag	monatlich	nein	78 bis 89
Dein Spiegel	Spiegel Verlag	monatlich	nein	1/10 bis 12/10
Disney Cars	Ehapa Verlag	monatlich	ja	2/10 bis 12/10, 1/11
Disney Einfach Tierisch	Ehapa Verlag	2-monatlich	ja	1/10 bis 6/10
Disney Lustiges Taschenbuch	Ehapa Verlag	monatlich	nein	400 bis 411
Disney Prinzessin	Ehapa Verlag	monatlich	ja	4/10 bis 13/10, 1/11, 2/11
Donald Duck Sonderheft	Ehapa Verlag	monatlich	nein	273 bis 284
Dora	Panini Verlag	2-monatlich	nein	1/10 bis 6/10
Filly	Blue Ocean	monatlich	ja	2/10 bis 12/10, 1/11
Frag doch mal die Maus	Blue Ocean	2-monatlich	ja	2/10 bis 6/10, 1/11
Geo Mini	Gruner + Jahr	monatlich	ja	2/10 bis 12/10, 1/11
GEOlino	Gruner + Jahr	monatlich	nein	2/10 bis 12/10, 1/11
Girlfriends	Ehapa Verlag	monatlich	nein	2/10 bis 12/10, 1/11
Go girl	Ehapa Verlag	monatlich	nein	2/10 bis 12/10, 1/11
Hannah Montana	Ehapa Verlag	monatlich	nein	2/10 bis 12/10, 1/11
Das Haus Anubis	Panini Verlag	monatlich	nein	1/10 bis 12/10 (11 Ausgaben)
Hello Kitty	Ehapa Verlag	monatlich	ja	4/10 bis 13/10, 1/11, 2/11
Just Kick-it!	Panini Verlag	monatlich	nein	1/10 bis 12/10
Lissy	Pabel Verlag	monatlich	nein	3/10 bis 12/10, 1/11, 2/11
Löwenzahn	Ehapa Verlag	monatlich	ja	4/10 bis 13/10, 1/11, 2/11
Micky Maus - Magazin	Ehapa Verlag	wöchentlich	ja	32/10 bis 52/10, 2/11
National Geographic World	Gruner + Jahr	monatlich	nein	3/10 bis 12/10, 1-2/11 (10 Ausgaben)
Pettersson und Findus/ Pettersson und Findus Spielspaß	Panini Verlag	2-monatlich	nein	1/10 bis 6/10 Special 1/10 bis 4/10
Pferd & Co.	Blue Ocean	2-monatlich	nein	3/10 bis 7/10, 1/11
Pferde - Freunde fürs Leben	Panini Verlag	monatlich	nein	1/10 bis 12/10
Pokémon Magazin	Panini Verlag	monatlich	nein	25 bis 37
Prinzessin Lillifee	Blue Ocean	monatlich	ja	3/10 bis 14/10
Simpsons Comics	Panini Verlag	monatlich	nein	159 bis 170
SpongeBob Schwammkopf	Ehapa Verlag	monatlich	ja	4/10 bis 14/10, 1/11
Thomas & seine Freunde/ Thomas & seine Freunde Special	Panini Verlag	2-monatlich	nein	1/10 bis 6/10 Special 1/10 bis 4/10
Tiere - Freunde fürs Leben/ Tierbabys	Panini Verlag	2-monatlich	nein	1/10 bis 6/10 Special 1/10 bis 4/10
Twist	Bauer Verlag	monatlich	nein	2/10 bis 13/10
Wendy	Ehapa Verlag	2-wöchentlich	ja	17/10 bis 26/10, 1/11, 2/11
Wickie und die starken Männer	Panini Verlag	2-monatlich	nein	1/10 bis 6/10
Willi wills wissen	Panini Verlag	monatlich	nein	2/10 bis 10/10, 1/11 (10 Ausgaben)
Winnie Puuh	Ehapa Verlag	monatlich	ja	4/10 bis 13/10, 1/11, 2/11
Winx Club	Blue Ocean	monatlich	ja	3/10 bis 14/10
Witch	Ehapa Verlag	monatlich	nein	3/10 bis 12/10, 1/11, 2/11
Yeah!	Bauer Verlag	monatlich	nein	3/10 bis 13/10, 1/11

Für die Teilnahme der Titel an der Studie mussten folgende Voraussetzungen im Erhebungszeitraum erfüllt sein: Der Zielgruppen-Schwerpunkt der Zeitschriften musste in der Altersgruppe der 4- bis 13-Jährigen liegen. Außerdem war mindestens eine 2-monatliche Erscheinungsweise erforderlich. Bis zu einem Stichtag kurz vor Beginn der Erhebung mussten mindestens sechs Ausgaben des Titels erschienen sein, wobei eine durchschnittlich verkaufte Auflage (im Jahr 2010) von mindestens 30.000 Exemplaren gefordert wurde.

2.4 Kombinationen

Aus den 46 abgefragten Titeln wurden folgende Kombinationen gebildet:

- **Ehapa: Maxi-Kombi**
Barbie, Benjamin Blümchen, Bibi Blocksberg, Bibi und Tina, Disney Cars, Disney Einfach Tierisch, Disney Lustiges Taschenbuch, Disney Prinzessin, Donald Duck Sonderheft, Girlfriends, Go girl, Hannah Montana, Hello Kitty, Löwenzahn, Micky Maus - Magazin, SpongeBob Schwammkopf, Wendy, Winnie Puuh, Witch
- **Panini: Kids XL Kombi**
Bob der Baumeister, Dora, Petterson und Findus, Thomas & seine Freunde, Wickie und die starken Männer
- **Panini: Kids L Kombi**
Dora, Petterson und Findus, Thomas & seine Freunde, Wickie und die starken Männer
- **Panini: Kids M Kombi**
Dora, Petterson und Findus, Wickie und die starken Männer
- **Panini: Girls M Kombi**
Das Haus Anubis, Pferde - Freunde fürs Leben, Tiere - Freunde fürs Leben
- **Panini: Girls S Kombi**
Das Haus Anubis, Pferde - Freunde fürs Leben
- **Panini: Boys L Kombi**
Just Kick-it!, Pokémon Magazin, Simpsons Comics, Willi wills wissen
- **Panini: Boys M Kombi**
Just Kick-it!, Simpsons Comics, Willi wills wissen
- **VPM: Kindermarkt Kombi 1**
Bummi, Bussi Bär
- **VPM: Jugendmarkt Kombi**
Card Collector, Lissy

2.5 Interview-Dauer

Die folgende Tabelle enthält Angaben zur Dauer der Interviews der KidsVA 2011:

Dauer in Minuten	6-13 Jahre Kinder-Interview	4-5 Jahre Gesamt-Interview
bis 19 Minuten	7,4	1,9
20 bis 29 Minuten	31,9	42,1
30 bis 39 Minuten	38,4	35,1
40 bis 49 Minuten	16,4	14,2
50 bis 59 Minuten	3,9	4,3
60 Minuten und länger	2,0	2,4
Durchschnitt	33 Minuten	33 Minuten

3 Statistische Anlage der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit der KidsVA 2011 ist die Wohnbevölkerung im Alter von 6 bis 13 Jahren in Privat-Haushalten der Bundesrepublik Deutschland mit 6,13 Millionen Personen sowie 1,40 Millionen 4- bis 5-Jährige. Analog dazu umfasst die Grundgesamtheit der KidsVA 2011 wie in der Vorgänger-Untersuchung nicht nur Kinder in deutschen Privat-Haushalten, sondern bezieht sich insgesamt auf die deutsche und ausländische Wohnbevölkerung in Deutschland.

3.2 Auswahlverfahren

Bei einer Inzidenz der Zielgruppe von insgesamt nur 13,9% (6 bis 13 Jahre: 12,1%, 4 bis 5 Jahre: 3,4%) ist das Quotenverfahren eine geeignete Methode, um eine Zielperson auszuwählen. Die einzelnen Quotenzellen wurden hierbei vom koordinierenden Institut nach Vorlage der Ergebnisse des Mikrozensus vorgegeben. Dabei wurden folgende Variablen berücksichtigt:

- Alter
- Geschlecht
- Bundesland
- Geschwister im Haushalt (4 bis 13 Jahre)
- Ortsgröße politisch

Zusätzlich zu den oben aufgeführten Vorgaben und deren Verknüpfungen wurde vom koordinierenden Institut vorgegeben, dass in Großstädten ab 500.000 Einwohnern nicht mehr als drei Interviews pro Stadtteil gemacht werden sollten, um eine möglichst gute Abdeckung aller sozialen Schichten zu erreichen.

3.3 Zeitmodell der Stichprobe

Die KidsVA setzt aus Gründen der Titelerhebung, bei der konkrete Titelseiten zu identifizieren sind, auf einem spezifischen Zeitmodell auf. Die letzten 12 Monate dienen zumeist als Bezugsgröße. Das bedeutet für Monatsobjekte die 10 bis 11 Monatsausgaben des letzten Jahres (hier 2010) sowie die erste oder die ersten zwei Ausgaben des Jahres 2011. Bei Titeln mit 2-monatlicher Erscheinungsweise werden die letzten sechs Ausgaben, die bis zum Stichtag erschienen sind, berücksichtigt. Das sind zumeist die sechs Ausgaben des letzten Jahres oder fünf des letzten und die erste Ausgabe des aktuellen Jahres. Damit wird vermieden, dass sich die Erhebung auf 24 Monate ausweitet. Bei 14-täglichen Zeitschriften werden die 12 Ausgaben der letzten sechs Monate (August 2010 bis Januar 2011) abgefragt.

Der Zeitraum für Wochentitel wurde ebenfalls auf das letzte Halbjahr definiert, wobei nur jede zweite Ausgabe einbezogen wurde, um die 12 Erhebungsnummern aus den 24 erschienenen Ausgaben zu erhalten. Dadurch wird eine Beschränkung auf das vierte Quartal des Jahres vermieden.

Dieser Bezugsraum determiniert auch den Starttermin der Feldzeit von Mitte Februar 2011 an, wobei die letzte Ausgabe des zuletzt erschienenen Objekts noch die Gelegenheit haben muss, Leser einzusammeln.

4 Durchführung der Untersuchung

4.1 Zeitlicher Ablauf

Erstellung der Fragebögen	November bis Dezember 2010
Programmierung der Fragebogen-Software	Dezember 2010 bis Februar 2011
Feldzeit	14. Februar bis 27. März 2011
Datenaufbereitung	April bis Juni 2011
Redressement	Mai bis Juni 2011
Bereitstellung des Datensatzes	Ende Juli 2011
Codeplan-Konzeption	Juli bis August 2011
Erstellung des Berichtsbandes	Juli bis August 2011

4.2 Quoten-Kontrolle

Den beteiligten Feldinstituten wurde ein Online-Reporting-Tool zur Verfügung gestellt, um die Einhaltung der vorgegebenen Quoten täglich kontrollieren zu können. Damit konnten jedem Interviewer Informationen gegeben werden, welche Quoten in seiner Region noch offen sind. Mögliche Befragungen wurden nach Rückmeldung des Interviewers vom Feldinstitut freigegeben. Somit konnte sichergestellt werden, dass die einzelnen Quotenzellen nicht zu stark übererfüllt wurden. Der Status der Quoten-Erfüllung wurde bei jeder Übertragung neuer Interviews aktualisiert.

4.3 Erfüllung der Quoten-Vorgaben

	6 bis 13 Jahre				Preschool 4 bis 5 Jahre			
	Soll 1.600		Ist 1.728		Soll 400		Ist 416	
Geschlecht								
männlich	821	51%	889	51%	205	51%	210	50%
weiblich	779	49%	839	49%	195	49%	206	50%
Alter								
4 Jahre	-	-	-	-	197	49%	210	50%
5 Jahre	-	-	-	-	203	51%	206	50%
6 Jahre	185	12%	190	11%	-	-	-	-
7 Jahre	188	12%	208	12%	-	-	-	-
8 Jahre	193	12%	203	12%	-	-	-	-
9 Jahre	202	13%	212	12%	-	-	-	-
10 Jahre	202	13%	234	14%	-	-	-	-
11 Jahre	207	13%	233	13%	-	-	-	-
12 Jahre	213	13%	228	13%	-	-	-	-
13 Jahre	210	13%	220	13%	-	-	-	-
Bundesland								
Schleswig Holstein	60	4%	66	4%	14	4%	14	3%
Hamburg	31	2%	33	2%	9	2%	9	2%
Niedersachsen	170	11%	182	11%	40	10%	43	10%
Bremen	12	1%	17	1%	3	1%	3	1%
Nordrhein-Westfalen	369	23%	396	23%	89	22%	94	23%
Hessen	121	8%	132	8%	31	8%	30	7%
Rheinland-Pfalz	82	5%	91	5%	19	5%	19	5%
Baden-Württemberg	227	14%	222	13%	55	14%	49	12%
Bayern	257	16%	273	16%	63	16%	61	15%
Saarland	19	1%	21	1%	4	1%	6	1%
Berlin	55	3%	60	3%	16	4%	18	4%
Brandenburg	40	3%	45	3%	11	3%	18	4%
Mecklenburg-Vorpommern	25	2%	30	2%	7	2%	7	2%
Sachsen	63	4%	69	4%	19	5%	19	5%
Sachsen-Anhalt	35	2%	41	2%	10	3%	13	3%
Thüringen	34	2%	50	3%	10	3%	13	3%
Geschwister im Haushalt (4 bis 13 Jahre)								
ja	895	56%	924	53%	193	48%	193	46%
nein	705	44%	804	47%	207	52%	223	54%
Gemeindegrößenklasse (politisch)								
unter 50.000 Einwohner	1.010	63%	1.070	62%	243	61%	258	62%
50.000 - 100.000 Einwohner	139	9%	167	10%	35	9%	30	7%
100.000 - 500.000 Einwohner	231	14%	236	14%	59	15%	61	15%
500.000 und mehr Einwohner	220	14%	255	15%	63	16%	67	16%

Durch das Online-Reporting-Tool war es sowohl den Feldinstituten als auch dem koordinierenden Institut möglich, die Erfüllung der Quoten schon während der Feldzeit täglich zu kontrollieren und gegebenenfalls nachzusteuern. Dadurch ist es gelungen, eine Stichprobe zu bilden, die eine hohe Übereinstimmung mit den Ergebnissen der Amtlichen Statistik bezüglich der Verteilung der Quoten-Merkmale erzielt.

4.4 Interviewer-Kontrollen

Die Interviewer, die an der KidsVA 2011 mitgearbeitet haben, verfügten alle über Erfahrungen im Bereich Media- bzw. C.A.P.I.-Untersuchungen, sowie mit Befragungen bei dieser besonderen Zielgruppe der Minderjährigen. Die Einweisung in die Befragung erfolgte detailliert in schriftlicher Form.

Zum Aufspielen der Fragebogen-Software auf das Notebook erhielten alle Interviewer eine Installationsanweisung. Außerdem mussten Testinterviews durchgeführt werden, um den sicheren Umgang mit der Software zu gewährleisten. Eventuelle Rückfragen konnten mit dem Feldinstitut besprochen werden.

Insgesamt wurden bei über 20% der eingegangenen Interviews Kontaktkontrollen durchgeführt. Dabei wurde die Zielperson, in diesem Fall der Erziehungsberechtigte des befragten Kindes, schriftlich bzw. telefonisch kontaktiert, um das Interview zu bestätigen. Zusätzlich erfolgte eine genaue Prüfung zweifelhafter Interviews. Hierbei wurde der Kontakt sowohl beim

Interviewer als auch im Haushalt nachgefragt. Interviews, die von der Zielperson nicht bestätigt werden konnten, wurden gelöscht.

5 Datenübertragung und -verarbeitung

5.1 Übermittlung und Kontrolle

Sowohl beendete als auch unterbrochene Interviews wurden von den Feldinstituten täglich über den bereitgestellten Web-Service übermittelt. Abgeschlossene Interviews wurden schon beim Eingang automatisch geprüft, u.a. auf Vollständigkeit der Quotenmerkmale, Plausibilität der Start- und Endzeiten des Interviews, Interviewdauer oder Leseverhalten des Befragten. Dabei wurden auffällige Interviews auf der Web-Seite als zweifelhaft markiert und waren sowohl für das koordinierende Institut als auch für die Feldinstitute einzusehen. Die Interviews konnten daraufhin einer gezielten Kontrolle unterzogen und gegebenenfalls gelöscht werden.

Zusätzlich zu den automatischen Prüfungen der Interviews wurden vom koordinierenden Institut Kontrollen auf Einzelfall-Ebene durchgeführt. Berücksichtigt wurden beispielsweise Dubletten-Prüfungen insgesamt, nach Instituten, Interviewern oder Haushalten. Ebenso wurden Verweildauern zwischen den Interviews allgemein und gegebenenfalls in Verbindung mit einem Ortswechsel des Interviewers geprüft. Hierbei auffällige Interviews wurden den Feldinstituten zur erneuten Kontrolle gemeldet.

5.2 Bereinigung

Die Daten aus der Kinder- und Elternbefragung wurden umfassenden Plausibilitätsprüfungen unterzogen, die sämtliche Fragen und deren Querverbindungen berührte.

5.3 Redressement

Die Vorgabe von Quoten und deren Erfüllung erzielte bereits eine hohe Übereinstimmung mit den amtlichen Daten. Restabweichungen wurden durch Gewichtung an die Soll-Vorgaben des Mikrozensus angepasst. Die hierfür herangezogenen Variablen enthalten folgende Merkmale, sowie deren Verknüpfungen:

1. Geschlecht (2)
2. Bundesland (16)
3. Alter (10)
4. Geschlecht (2) × West/Ost (2)
5. Alter (10) × West/Ost (2)
6. Geschlecht (2) × West/Ost (2) × Alter (10)
7. Geschlecht (2) × Bundesland (12)*
8. Geschlecht (2) × Alter (10)
9. Geschlecht (2) × Alter (5)* × Bundesland (12)*
10. Schulbildung des Hauptverdieners (3)

Aufgrund der geringen Fallzahl einiger Zellen (siehe Punkte 7 und 9 im Zellenplan) wurden die Variablen Bundesland bzw. Alter zusammengefasst (*):

Bei den Bundesländern sind das

Schleswig-Holstein und Hamburg
Niedersachsen und Bremen
Rheinland-Pfalz und Saarland
Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern.

Die fünf Altersklassen setzen sich zusammen aus

4 und 5 Jahre
6 und 7 Jahre
8 und 9 Jahre
10 und 11 Jahre
12 und 13 Jahre.

Im Datensatz der 6- bis 13-Jährigen entspricht die gewichtete der ungewichteten Fallzahl von 1.728. Im Gesamtdatensatz der 4- bis 13-Jährigen ergeben sich aus 2.144 ungewichteten 2.122 gewichtete Fälle.

5.4 Soziodemografischer Strukturvergleich nach Gewichtung

Nach der Gewichtung ergibt sich folgender soziodemografische Strukturvergleich:

	6 bis 13 Jahre		Preschool 4 bis 5 Jahre	
	Amtliche Statistik	KidsVA 2011	Amtliche Statistik	KidsVA 2011
Basis = 100%	6,13 Mio.	1.728 Fälle	1,40 Mio.	394 Fälle
Geschlecht				
Jungen	51,3	51,3	51,3	51,3
Mädchen	48,7	48,7	48,7	48,7
Alter				
4 Jahre	-	-	49,3	49,4
5 Jahre	-	-	50,7	50,6
6 Jahre	11,6	11,6	-	-
7 Jahre	11,8	11,8	-	-
8 Jahre	12,1	12,1	-	-
9 Jahre	12,6	12,6	-	-
10 Jahre	12,6	12,6	-	-
11 Jahre	12,9	12,9	-	-
12 Jahre	13,3	13,3	-	-
13 Jahre	13,1	13,1	-	-
Bundesland				
Schleswig-Holstein	3,7	3,7	3,5	3,5
Hamburg	1,9	1,9	2,2	2,2
Niedersachsen	10,6	10,6	10,0	10,0
Bremen	0,7	0,7	0,7	0,7
Nordrhein-Westfalen	23,1	23,1	22,3	22,3
Hessen	7,6	7,6	7,7	7,7
Rheinland-Pfalz	5,1	5,1	4,8	4,8
Baden-Württemberg	14,2	14,2	13,8	13,8
Bayern	16,1	16,1	15,8	15,8
Saarland	1,2	1,2	1,1	1,1
Berlin	3,5	3,5	4,0	4,0
Brandenburg	2,5	2,5	2,7	2,7
Mecklenburg-Vorpommern	1,6	1,6	1,8	1,8
Sachsen	3,9	3,9	4,7	4,7
Sachsen-Anhalt	2,2	2,1	2,4	2,4
Thüringen	2,1	2,1	2,4	2,4

5.5 Berechnung der Titelreichweiten

Pro Titel wurden K1-Lesewahrscheinlichkeiten berechnet. Das ist das Verhältnis der Anzahl der als gelesen identifizierten Ausgaben zur Gesamtzahl der Chancen, die sich nach der Anzahl der jeweils abgefragten Ausgaben richtet. In der Regel sind das 12 Ausgaben bei Wochen-, 2-wöchentlichen und Monatstiteln. Bei Titeln, die 2-monatlich erscheinen, sind es 6 Ausgaben.

Der WLK wurde definiert über 'zumindest eine der zuletzt erschienenen, konkreten Ausgaben gelesen oder durchgeblättert'. Die erhobenen Ausgaben können der Tabelle in Kapitel 2.3, Seite 79 entnommen werden (siehe auch Kapitel 3.3, Seite 81).

6 Zusatz

Die Durchführung der KidsVerbraucherAnalyse 2011 entspricht den Vorgaben der Europäischen Norm EN 15707:2008: *Printmedienanalysen - Begriffe und Dienstleistungen*.

CODEPLAN

KidsVA 6-13 Jahre

**Fragebogen für
Kinder und Jugendliche**

Identifikationsmerkmale

Satzlänge: 3000

Fall-Nummer 1-4

Gewicht KidsVA 6-13..... 20-24

Gewicht KidsVA Preschool 4-13... 30-34

Bundesland

- Schleswig-Holstein 1830-1831
1
- Hamburg 2
- Niedersachsen 3
- Bremen 4
- Nordrhein-Westfalen 5
- Hessen 6
- Rheinland-Pfalz 7
- Baden-Württemberg 8
- Bayern 9
- Saarland 10
- Berlin 11
- Brandenburg 12
- Mecklenburg-Vorpommern 13
- Sachsen 14
- Sachsen-Anhalt 15
- Thüringen 16

Wohnortgrößenklasse politisch

- unter 2.000 Einwohner ... 1833
1
- 2.000 bis unter 5.000 Einwohner ... 2
- 5.000 bis unter 20.000 Einwohner ... 3
- 20.000 bis unter 50.000 Einwohner ... 4
- 50.000 bis unter 100.000 Einwohner ... 5
- 100.000 bis unter 500.000 Einwohner ... 6
- 500.000 Einwohner und mehr 7

Wohnortgrößenklasse nach BIK

- unter 2.000 Einwohner ... 1834
1
- 2.000 bis unter 5.000 Einwohner ... 2
- 5.000 bis unter 20.000 Einwohner ... 3
- 20.000 bis unter 50.000 Einwohner ... 4
- 50.000 bis unter 100.000 Einwohner ... 5
- 100.000 bis unter 500.000 Einwohner ... 6
- 500.000 Einwohner und mehr 7

1 INT.: ALTER DES KINDES ERFRAGEN UND ANKLICKEN!

- 6 Jahre ³¹¹⁻³¹²₆
- 7 Jahre 7
- 8 Jahre 8
- 9 Jahre 9
- 10 Jahre 10
- 11 Jahre 11
- 12 Jahre 12
- 13 Jahre 13

2 INT.: GESCHLECHT DES KINDES INFORMELL ANKLICKEN!

- männlich ³³¹₁
- weiblich 2

3 Welche Schule besuchst Du?

- Grundschule ³²¹₁
- Hauptschule 2
- Realschule 3
- Gymnasium 4
- Gesamtschule 5
- andere Schule, und zwar 6
- keine Schule:
- noch nicht eingeschult 7

5

Ich lese Dir nun ein paar Dinge vor, die man in seiner Freizeit machen kann. Sage mir bitte zu jedem, ob Du das in Deiner Freizeit häufig, ab und zu oder gar nicht machst.

INT.: FREIZEITTÄTIGKEITEN AUS DEM SCHEMA VORLESEN UND ZU JEDER DIE ANTWORT MARKIEREN!

Freizeittätigkeit	häufig	ab und zu	gar nicht
Musik hören	<input type="checkbox"/> 341 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Bücher lesen/ anschauen	<input type="checkbox"/> 343 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Zeitschriften, Magazine, Comics lesen/ anschauen	<input type="checkbox"/> 344 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Fernsehen schauen	<input type="checkbox"/> 345 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Videofilme/ DVDs ansehen	<input type="checkbox"/> 346 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Hörspiele, Hörbücher auf Kassetten oder CDs hören	<input type="checkbox"/> 347 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
ins Kino gehen	<input type="checkbox"/> 348 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Rad fahren, biken	<input type="checkbox"/> 349 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
schwimmen	<input type="checkbox"/> 350 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Fußball spielen	<input type="checkbox"/> 351 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Skateboarding/ Inline skaten	<input type="checkbox"/> 354 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Sport im Sportverein treiben	<input type="checkbox"/> 377 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Tanzen, Ballett, Turnen	<input type="checkbox"/> 356 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Freunden zusammen sein	<input type="checkbox"/> 357 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Brettspiele, Kartenspiele spielen	<input type="checkbox"/> 358 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Sammelkarten spielen	<input type="checkbox"/> 359 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
puzzeln	<input type="checkbox"/> 361 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Puppen/ Stofftieren spielen	<input type="checkbox"/> 362 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Spielkästen (z.B.: Playmobil, Lego) spielen	<input type="checkbox"/> 363 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
sich mit Bastel-, Experimentierkästen (z.B.: Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen) beschäftigen	<input type="checkbox"/> 364 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
sich mit Modellbau beschäftigen (Autos, Schiffe, Flugzeuge)	<input type="checkbox"/> 365 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit der elektrischen Eisenbahn spielen	<input type="checkbox"/> 366 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
den Computer/ Laptop nutzen	<input type="checkbox"/> 367 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
im Internet surfen	<input type="checkbox"/> 378 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Handspielgeräten (z.B.: Nintendo DS, Game Boy, PSP) spielen	<input type="checkbox"/> 368 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Spielekonsolen (z.B.: PlayStation, Wii, Xbox) spielen	<input type="checkbox"/> 369 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
sich mit Tieren beschäftigen, füttern, pflegen	<input type="checkbox"/> 371 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
reiten	<input type="checkbox"/> 372 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
malen, zeichnen	<input type="checkbox"/> 373 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
basteln	<input type="checkbox"/> 374 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
shoppen gehen/ durch die Stadt bummeln	<input type="checkbox"/> 376 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

10 Auswertbare Medien

Im Folgenden geht es um Kinder- und Jugend-Zeitschriften.

Wichtig:

Es kommt bei jedem Heft darauf an, ob Du darin schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

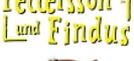
Dabei ist es egal, wie oft, ob zuhause, in der Schule, bei Freunden oder anderswo.

Denke besonders an die Ausgaben der letzten 12 Monate.

		P-Wert	Position
	Barbie	2500-2502	
	Benjamin Blümchen	2503-2505	
	Bibi Blocksberg	2506-2508	
	Bibi & Tina	2509-2511	
	Bob der Baumeister	2512-2514	
	Bummi	2515-2517	
	Bussi Bär	2518-2520	
	Card Collector	2521-2523	
	Dein Spiegel	2524-2526	
	Disney Cars	2527-2529	
	Disney Einfach Tierisch	2530-2532	
	Disney Lustiges Taschenbuch ..	2533-2535	
	Disney Prinzessin	2536-2538	
	Donald Duck Sonderheft	2539-2541	
	Dora	2542-2544	
	Filly	2545-2547	
	Frag doch mal die Maus	2548-2550	
	Geo Mini	2551-2553	
	GEOLino	2554-2556	
	Girlfriends	2557-2559	
	Go girl	2560-2562	
	Hannah Montana	2563-2565	

10 Auswertbare Medien

Fortsetzung

		P-Wert Position
	Das Haus Anubis	2566-2568
	Hello Kitty	2569-2571
	Just Kick-it!	2572-2574
	Lissy	2575-2577
	Löwenzahn	2578-2580
	Micky Maus - Magazin	2581-2583
	National Geographic World ...	2584-2586
	Pettersson und Findus	2587-2589
	Pferd & Co	2590-2592
	Pferde – Freunde fürs Leben ..	2593-2595
	Pokémon Magazin	2596-2598
	Prinzessin Lillifee	2599-2601
	Simpsons Comics	2602-2604
	SpongeBob Schwammkopf ...	2605-2607
	Thomas & seine Freunde	2608-2610
	Tiere - Freunde fürs Leben/ Tierbabys	2611-2613
	Twist	2614-2616
	Wendy	2617-2619
	Wickie und die starken Männer	2620-2622
	Willi wills wissen	2623-2625
	Winnie Puuh	2626-2628
	Winx Club	2629-2631
	Witch	2632-2634
	Yeah!	2635-2637

10 Auswertbare Medien

Tarif-Kombinationen

	P-Wert Position	Kontaktsumme
Ehapa: Maxi-Kombi (2011)	2800-2802	2860-2863
Barbie		
Benjamin Blümchen		
Bibi Blocksberg		
Bibi & Tina		
Disney Cars		
Disney Einfach Tierisch		
Disney Lustiges Taschenbuch		
Disney Prinzessin		
Donald Duck Sonderheft		
Girlfriends		
Go girl		
Hannah Montana		
Hello Kitty		
Löwenzahn		
Micky Maus - Magazin		
SpongeBob Schwammkopf		
Wendy		
Winnie Puuh		
Witch		
Panini: Kids XL Kombi	2806-2808	2809-2811
Bob der Baumeister		
Dora		
Pettersson und Findus		
Thomas & seine Freunde		
Wickie und die starken Männer		
Panini: Kids L Kombi	2812-2814	2815-2817
Dora		
Pettersson und Findus		
Thomas & seine Freunde		
Wickie und die starken Männer		
Panini: Kids M Kombi	2818-2820	2821-2823
Dora		
Pettersson und Findus		
Wickie und die starken Männer		
Panini: Girls M Kombi	2824-2826	2827-2829
Das Haus Anubis		
Pferde – Freunde fürs Leben		
Tiere – Freunde fürs Leben		
Panini: Girls S Kombi	2830-2832	2833-2835
Das Haus Anubis		
Pferde – Freunde fürs Leben		
Panini: Boys L Kombi	2836-2838	2839-2841
Just Kick-it!		
Pokémon Magazin		
Simpsons Comics		
Willi wills wissen		
Panini: Boys M Kombi	2842-2844	2845-2847
Just Kick-it!		
Simpsons Comics		
Willi wills wissen		
VPM Kindermarkt-Kombination 1	2848-2850	2851-2853
Bummi		
Bussi Bär		
VPM Jugendmarkt-Kombination	2854-2856	2857-2859
Card Collector		
Lissy		

13 FALLS IN FRAGE 10 MINDESTENS EIN TITEL JA:

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Denke doch bitte einmal an die Zeitschriften, die Du regelmäßig oder ab und zu liest.
 Ich nenne Dir nun einige Dinge, die Du mit den Zeitschriften machen kannst.
 Bitte sage mir anhand der Liste, was zutrifft.

	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu
ich lese/ blättere die Zeitschriften meist vollständig durch.....	<input type="checkbox"/> 398 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
ich lese/ blättere in den Zeitschriften immer mal wieder.....	<input type="checkbox"/> 399 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
ich lese/ blättere in den Zeitschriften zusammen mit anderen Kindern...	<input type="checkbox"/> 400 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
ich sammle die Zeitschriften, bewahre sie auf.....	<input type="checkbox"/> 401 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
ich werfe die Zeitschriften weg sobald ich sie ausgelesen habe.....	<input type="checkbox"/> 403 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
ich gebe die Zeitschriften an Andere weiter.....	<input type="checkbox"/> 404 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

14 Wie häufig gehst Du ins Internet?

Damit ist auch das Senden und Empfangen von E-Mails gemeint.
 Denke dabei bitte an die Nutzung zuhause, bei Freunden, in der Schule ...

(fast) jeden Tag.....	<input type="checkbox"/> 887 1	} → 15
mehrmals pro Woche.....	<input type="checkbox"/> 2	
etwa einmal pro Woche.....	<input type="checkbox"/> 3	
seltener.....	<input type="checkbox"/> 4	
gar nicht.....	<input type="checkbox"/> 5	

15 Was machst Du im Internet? Ich lese Dir jetzt ein paar Dinge vor, und Du sagst mir zu jedem, ob Du das häufig, ab und zu oder gar nicht machst.

INT.: TÄTIGKEITEN VORLESEN UND ZU JEDER DIE ANTWORT MARKIEREN!

	häufig	ab und zu	gar nicht
E-Mails lesen/ schreiben.....	<input type="checkbox"/> 897 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
sich mit Anderen in Chats oder Communities unterhalten.....	<input type="checkbox"/> 898 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
kostenlose Online-Spiele.....	<input type="checkbox"/> 908 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
kostenpflichtige Online-Spiele (z.B.: in einer Games-Community).....	<input type="checkbox"/> 909 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Informationen für die Schule sammeln.....	<input type="checkbox"/> 901 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Informationen für die Freizeit sammeln.....	<input type="checkbox"/> 902 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Informationen zu Marken oder Produkten suchen.....	<input type="checkbox"/> 910 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Nachschlagewerke (z.B.: Wikipedia) nutzen.....	<input type="checkbox"/> 911 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Lernprogramme/ Lernspiele verwenden.....	<input type="checkbox"/> 912 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
downloaden von Musik.....	<input type="checkbox"/> 903 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
downloaden von Spielen, Programmen.....	<input type="checkbox"/> 904 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
anschauen von Filmen, Videos, Clips.....	<input type="checkbox"/> 905 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Musik anhören.....	<input type="checkbox"/> 906 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

Welche Internet-Adressen besuchst Du und wie oft?

		jeden Tag/ fast jeden Tag	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat	seltener	nie
barbie.de		<input type="checkbox"/> 917 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
disney.de		<input type="checkbox"/> 941 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
elementgirls.de		<input type="checkbox"/> 921 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
facebook.com		<input type="checkbox"/> 946 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
geolino.de		<input type="checkbox"/> 922 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
girlfriends-mag.de		<input type="checkbox"/> 923 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
gogirl-online.de		<input type="checkbox"/> 924 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
gosupermodel.de		<input type="checkbox"/> 942 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
kidszone.de		<input type="checkbox"/> 927 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
kika.de		<input type="checkbox"/> 928 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
lissy.de		<input type="checkbox"/> 929 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
lustiges-taschenbuch.de		<input type="checkbox"/> 930 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
micky-maus.de		<input type="checkbox"/> 931 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
mypokito.de		<input type="checkbox"/> 934 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
nationalgeographic-world.de		<input type="checkbox"/> 932 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
nick.de		<input type="checkbox"/> 933 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
panfu.de		<input type="checkbox"/> 943 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
schuelervz.net		<input type="checkbox"/> 947 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
stardoll.de		<input type="checkbox"/> 944 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
tivi.de		<input type="checkbox"/> 936 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
toggo.de		<input type="checkbox"/> 937 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
wasistwas.de		<input type="checkbox"/> 938 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
wendy.de		<input type="checkbox"/> 939 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
winxclub.de		<input type="checkbox"/> 940 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
witchmagazin.de		<input type="checkbox"/> 945 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

18 INT.: LISTE D VORLEGEN!

Wie oft isst oder trinkst Du ... (PRODUKTE AUS SCHEMA EINZELN ABFRAGEN)?

Ist das: So gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, seltener oder nie?

	jeden Tag	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	seltener	nie
Limonade/ Brause/ Colagetränke	<input type="checkbox"/> 984 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fruchtsaft	<input type="checkbox"/> 952 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
fertige Fruchtsaftschorle	<input type="checkbox"/> 953 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Mineralwasser	<input type="checkbox"/> 954 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tafelschokolade	<input type="checkbox"/> 955 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Schokoriegel/ -waffeln	<input type="checkbox"/> 956 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bonbons	<input type="checkbox"/> 958 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Lollies, Lutscher	<input type="checkbox"/> 959 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fruchtgummi	<input type="checkbox"/> 960 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kaugummi	<input type="checkbox"/> 961 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	<input type="checkbox"/> 962 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Süßgebäck/ Kekse	<input type="checkbox"/> 963 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Nuss-Nougat-Creme (z.B.: Nutella)	<input type="checkbox"/> 980 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Konfitüre/ Marmelade/ Honig	<input type="checkbox"/> 985 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fertig-Müsli, Haferflocken	<input type="checkbox"/> 968 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Frühstücksprodukte (z.B.: Cornflakes, Cerealien)	<input type="checkbox"/> 969 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Pudding	<input type="checkbox"/> 981 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Nachspeise (z.B.: Milchreis, rote Grütze)	<input type="checkbox"/> 982 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Eis	<input type="checkbox"/> 976 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kakao/ Kakaogetränke	<input type="checkbox"/> 971 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
fertige Milchmodig-Getränke (z.B.: Müllermilch)	<input type="checkbox"/> 972 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Milch	<input type="checkbox"/> 973 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Joghurt	<input type="checkbox"/> 974 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Quark	<input type="checkbox"/> 975 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Streich-Käse, Käse	<input type="checkbox"/> 964 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Würstchen, Wurst	<input type="checkbox"/> 977 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fischstäbchen	<input type="checkbox"/> 979 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

21 INT.: LISTE D VORLEGEN!

a) Wie oft benutzt Du ... (*PRODUKTE AUS SCHEMA EINZELN ABFRAGEN*)?
Ist das: So gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, seltener oder nie?

b) *FALLS BENUTZT*: Und wie ist das bei ... (*PRODUKT NENNEN*)? Verwendest Du da Dein eigenes oder fremdes, z.B. das Deiner Eltern oder Geschwister mit?

INT.: MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

	a)					b)	
	jeden Tag	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	seltener	nie	verwende eigenes	verwende fremdes
Schaumbad für die Badewanne	<input type="checkbox"/> 1022 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1023 1	<input type="checkbox"/> 1024 1
Duschgel/ -creme	<input type="checkbox"/> 989 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 990 1	<input type="checkbox"/> 991 1
Deo-Mittel	<input type="checkbox"/> 992 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 993 1	<input type="checkbox"/> 994 1
Düfte/ Parfüm	<input type="checkbox"/> 995 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 996 1	<input type="checkbox"/> 997 1
Gesichtscreme/ Gesichtslotion	<input type="checkbox"/> 998 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 999 1	<input type="checkbox"/> 1000 1
Produkte gegen Pickel	<input type="checkbox"/> 1001 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1002 1	<input type="checkbox"/> 1003 1
Körpercreme/ Körperlotion	<input type="checkbox"/> 1004 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1005 1	<input type="checkbox"/> 1006 1
Zahnpasta	<input type="checkbox"/> 1007 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1008 1	<input type="checkbox"/> 1009 1
Haarshampoo	<input type="checkbox"/> 1010 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1011 1	<input type="checkbox"/> 1012 1
Haarspülungen	<input type="checkbox"/> 1013 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1014 1	<input type="checkbox"/> 1015 1
Haarstylingprodukte (z.B.: Gel, Wachs, Spray)	<input type="checkbox"/> 1016 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1017 1	<input type="checkbox"/> 1018 1
Kosmetik (z.B.: Lippenstift, Lidschatten, Schminke)	<input type="checkbox"/> 1019 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1020 1	<input type="checkbox"/> 1021 1

23 Wie viel Euro ungefähr hast Du im Monat oder in der Woche zum Ausgeben, wenn Du an Taschengeld, Geldgeschenke von Verwandten/ Bekannten und das Geld denkst, das Du durch Jobben verdienst?

INT.: GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN!

ES KÖNNEN AUCH BETRÄGE MIT NACHKOMMASTELLEN EINGEGEBEN WERDEN! KEINE ANGABE = 99.

Betrag im Monat 1031-1034

26 *FALLS KIND/ JUGENDLICHER GELD BEKOMMT/ DURCH JOBBEN VERDIENT:*

Wofür gibst Du Dein Geld normalerweise aus?

INT.: VORGABEN NICHT VORLESEN!

ANTWORTEN IN DER ALPHABETISCH SORTIERTEN LISTE MARKIEREN!

MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

Bekleidung, Accessoires	<input type="checkbox"/> 1048 1	Salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	<input type="checkbox"/> 1059 1
Bücher	<input type="checkbox"/> 1049 1	Schulsachen/ Stifte/ Füller	<input type="checkbox"/> 1060 1
Eis	<input type="checkbox"/> 1052 1	Spielzeug, Spiele	<input type="checkbox"/> 1061 1
Essen unterwegs/ Fast Food	<input type="checkbox"/> 1053 1	Sticker/ Sammelkarten	<input type="checkbox"/> 1062 1
Getränke	<input type="checkbox"/> 1054 1	Süßigkeiten/ Kekse/ Kaugummi	<input type="checkbox"/> 1063 1
Handy-Kosten	<input type="checkbox"/> 1055 1	Zeitschriften, Magazine, Comics, Manga	<input type="checkbox"/> 1064 1
Haustiere/ Haustierbedarf	<input type="checkbox"/> 1067 1	anderes, und zwar	<input type="checkbox"/> 1065 1
Kino	<input type="checkbox"/> 1056 1		
Kosmetik/ Körperpflege	<input type="checkbox"/> 1057 1		
Musik-CDs	<input type="checkbox"/> 1058 1		

28 Wie viel Euro hast Du zuletzt ... (*GELEGENHEIT NENNEN*) geschenkt bekommen?

INT.: GELEGENHEITEN EINZELN ABFRAGEN UND GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENFALLS RUNDEN! KEINE ANGABE = 99.

zum Geburtstag 1074-1077
zu Weihnachten 1078-1081
zu Ostern 1082-1085

32 Sparst Du Dein Geld oder gibst Du einen Teil oder alles aus?

spare alles ¹⁰⁹⁵₁ } → **33**
spare einen Teil ₂ }
spare nichts, gebe alles aus ₃ → **35**

33 Sparst Du zur Zeit auf ganz bestimmte Sachen? Falls ja, worauf?

*INT.: VORGABEN NICHT VORLESEN!
ANTWORTEN IN DER ALPHABETISCH SORTIERTEN LISTE MARKIEREN!
MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.*

Bekleidung, Accessoires ¹¹⁰⁵₁
Computer, Laptop, PC-Zubehör ¹¹⁰⁶₁
Fahrrad, Mountain Bike ¹¹⁰⁸₁
Handspielgeräte (z.B.: Nintendo DS, Game Boy, PSP) ... ¹¹⁰⁹₁
Handy ¹¹¹⁰₁
Haustiere/ Haustierbedarf ¹¹²²₁
MP3-Player ¹¹¹¹₁
Spiele/ Games für Handspielgerät, Spielekonsole ¹¹²³₁
Spielekonsole (z.B.: PlayStation, Wii, Xbox) ¹¹¹⁶₁
Spielzeug, Spiele ¹¹¹⁴₁
Sport/ Sportbekleidung ¹¹²⁴₁
anderes, und zwar ¹¹²⁰₁
habe kein bestimmtes Sparziel ¹¹¹⁷₁

35

INT.: a) UND b) FÜR ALLE GEGENSTÄNDE EINZELN ABFRAGEN!

a) Besitzt Du einen eigenen ... (GEGENSTAND AUS SCHEMA NENNEN)?

b) Wünschst Du Dir einen eigenen ... (GEGENSTAND AUS SCHEMA NENNEN), auch wenn Du schon einen hast?

	a) Kind/ Jugendli- cher	b) Kind/ Jugendli- cher
	besitzt eigenen	wünscht sich eigenen
Fernseher	<input type="checkbox"/> 1127 1	<input type="checkbox"/> 1128 1
DVD-Player	<input type="checkbox"/> 1129 1	<input type="checkbox"/> 1130 1
MP3-Player	<input type="checkbox"/> 1131 1	<input type="checkbox"/> 1132 1
Musik-Anlage	<input type="checkbox"/> 1133 1	<input type="checkbox"/> 1134 1
Armbanduhr	<input type="checkbox"/> 1135 1	<input type="checkbox"/> 1136 1
Computer, Laptop	<input type="checkbox"/> 1137 1	<input type="checkbox"/> 1138 1
Internetzugang	<input type="checkbox"/> 1139 1	<input type="checkbox"/> 1140 1
Spielekonsole		
– PlayStation 3	<input type="checkbox"/> 1141 1	<input type="checkbox"/> 1142 1
– PlayStation 2	<input type="checkbox"/> 1143 1	<input type="checkbox"/> 1144 1
– Wii	<input type="checkbox"/> 1145 1	<input type="checkbox"/> 1146 1
– Xbox	<input type="checkbox"/> 1147 1	<input type="checkbox"/> 1148 1
Handspielgeräte		
– Nintendo DS	<input type="checkbox"/> 1189 1	<input type="checkbox"/> 1190 1
– Game Boy	<input type="checkbox"/> 1185 1	<input type="checkbox"/> 1186 1
– PlayStation Portable	<input type="checkbox"/> 1187 1	<input type="checkbox"/> 1188 1
Spiele/ Games für Handspielgerät, Spielekonsole	<input type="checkbox"/> 1193 1	<input type="checkbox"/> 1194 1
Handy	<input type="checkbox"/> 1155 1	<input type="checkbox"/> 1156 1
Digitalkamera	<input type="checkbox"/> 1157 1	<input type="checkbox"/> 1158 1
Fahrrad/ Mountain Bike	<input type="checkbox"/> 1159 1	<input type="checkbox"/> 1160 1
Spielkästen (z.B.: Playmobil, Lego)	<input type="checkbox"/> 1165 1	<input type="checkbox"/> 1166 1
Bastel-, Experimentierkästen (z.B.: Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	<input type="checkbox"/> 1167 1	<input type="checkbox"/> 1168 1
Plastik-Modellflugzeug, -boot, -raumschiff, -auto	<input type="checkbox"/> 1169 1	<input type="checkbox"/> 1170 1
Puzzle	<input type="checkbox"/> 1171 1	<input type="checkbox"/> 1172 1
Abenteurpuppen, Action-Figuren	<input type="checkbox"/> 1173 1	<input type="checkbox"/> 1174 1
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	<input type="checkbox"/> 1175 1	<input type="checkbox"/> 1176 1
Elektrische Eisenbahn, Modelleisenbahn	<input type="checkbox"/> 1177 1	<input type="checkbox"/> 1178 1
Puppen, Anziehpuppen	<input type="checkbox"/> 1179 1	<input type="checkbox"/> 1180 1
Plüsch-/ Stofftiere	<input type="checkbox"/> 1181 1	<input type="checkbox"/> 1182 1
Brettspiele	<input type="checkbox"/> 1195 1	<input type="checkbox"/> 1196 1
Kartenspiele	<input type="checkbox"/> 1197 1	<input type="checkbox"/> 1198 1

38

FALLS LAUT FRAGE 35 KIND/ JUGENDLICHER KEINEN EIGENEN COMPUTER/ LAPTOP BESITZT:

Gibt es hier im Haushalt einen Computer oder Laptop, den Du benutzt?

- Ja, benutze einen Computer/ Laptop im Haushalt 1200
1
- Nein, benutze keinen Computer/ Laptop im Haushalt 2

41 FALLS LAUT FRAGE 35 KIND/ JUGENDLICHER EIN EIGENES HANDY BESITZT, SONST FRAGE 46:

Im Folgenden geht es um das Handy, das Du besitzt.

Ist dieses Handy neu für Dich gekauft worden oder hat Dein Handy vorher schon jemand anderes benutzt, bevor Du es bekommen hast?

- neu für mich gekauft ¹²²³₁
- hat schon vorher jemand anderes benutzt .. ₂
- keine Angabe ₉

42 Wie viel Euro gibst Du von Deinem eigenen Geld im Monat fürs Telefonieren und SMS verschicken mit Deinem Handy aus?

INT.: GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENENFALLS RUNDEN! KEINE ANGABE = 99.

Betrag im Monat ¹²³³⁻¹²³⁶

44 Wie häufig benutzt Du Dein Handy zum Telefonieren? Und wie häufig zum Verschicken von SMS?

	mehrmals täglich	einmal am Tag	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	seltener	nie
Telefonieren	<input type="checkbox"/> ¹²⁴⁶ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆
SMS verschicken	<input type="checkbox"/> ¹²⁴⁷ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅	<input type="checkbox"/> ₆

45 Ich nenne Dir nun einige Dinge, die man mit dem Handy machen kann.

Bitte sage mir zu jedem, ob Du das häufig, ab und zu oder gar nicht machst.

	häufig	ab und zu	gar nicht
Klingeltöne, Logos, Hintergrundbilder herunterladen ..	<input type="checkbox"/> ¹²⁶³ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
Spiele herunterladen	<input type="checkbox"/> ¹²⁵⁹ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
das Internet nutzen	<input type="checkbox"/> ¹²⁶⁴ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
fotografieren	<input type="checkbox"/> ¹²⁶⁰ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
Fotos, Bilder verschicken (MMS)	<input type="checkbox"/> ¹²⁶⁵ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
Musik hören	<input type="checkbox"/> ¹²⁶¹ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃
Videos, Clips ansehen	<input type="checkbox"/> ¹²⁶² ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃

46 Ich lese Dir nun einige Dinge vor, die Du oder Deine Eltern für Dich kaufen könnten. Sag mir bitte zu jedem, ob es für Dich wichtig ist, eine bestimmte Marke zu bekommen, oder ob es Dir egal ist, welche Marke das ist.

Wie ist das bei ... (*PRODUKT AUS LISTE NENNEN*)?
 Würdest Du Dir da eine bestimmte Marke wünschen, oder ist es Dir egal?

	Marke wichtig	Marke egal
MP3-Player	<input type="checkbox"/> 1272 1	<input type="checkbox"/> 2
Spielsachen	<input type="checkbox"/> 1273 1	<input type="checkbox"/> 2
Schulsachen, Stifte, Füller	<input type="checkbox"/> 1274 1	<input type="checkbox"/> 2
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	<input type="checkbox"/> 1275 1	<input type="checkbox"/> 2
Armbanduhr	<input type="checkbox"/> 1276 1	<input type="checkbox"/> 2
Handy	<input type="checkbox"/> 1277 1	<input type="checkbox"/> 2
Bekleidung, Jeans	<input type="checkbox"/> 1278 1	<input type="checkbox"/> 2
Sportschuhe	<input type="checkbox"/> 1279 1	<input type="checkbox"/> 2
sonstige Schuhe	<input type="checkbox"/> 1280 1	<input type="checkbox"/> 2
Getränke (z.B.: Limonade, Cola, Fruchtsaft)	<input type="checkbox"/> 1281 1	<input type="checkbox"/> 2
Milchmixgetränke, Kakaogetränke	<input type="checkbox"/> 1282 1	<input type="checkbox"/> 2
Ketchup	<input type="checkbox"/> 1286 1	<input type="checkbox"/> 2
Cornflakes, Fertig-Müsli	<input type="checkbox"/> 1287 1	<input type="checkbox"/> 2
Joghurt	<input type="checkbox"/> 1299 1	<input type="checkbox"/> 2
Quark	<input type="checkbox"/> 1300 1	<input type="checkbox"/> 2
Pudding	<input type="checkbox"/> 1301 1	<input type="checkbox"/> 2
süße Brotaufstriche (z.B.: Nutella, Honig, Marmelade) ...	<input type="checkbox"/> 1289 1	<input type="checkbox"/> 2
Eis	<input type="checkbox"/> 1290 1	<input type="checkbox"/> 2
Kekse	<input type="checkbox"/> 1291 1	<input type="checkbox"/> 2
Schokolade, Schokoriegel	<input type="checkbox"/> 1302 1	<input type="checkbox"/> 2
Bonbons	<input type="checkbox"/> 1294 1	<input type="checkbox"/> 2
Lollies, Lutscher	<input type="checkbox"/> 1295 1	<input type="checkbox"/> 2
Fruchtgummi	<input type="checkbox"/> 1296 1	<input type="checkbox"/> 2
Kaugummi	<input type="checkbox"/> 1297 1	<input type="checkbox"/> 2
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	<input type="checkbox"/> 1298 1	<input type="checkbox"/> 2

48 INT.: LISTE E VORLEGEN!

Denke bitte mal an Werbung für Dinge, die Dich interessieren.
 Wie findest Du solche Werbung, wenn Du sie ... (*MEDIUM NENNEN*) siehst/ hörst?

	sehr gut	gut	nicht so gut	gar nicht gut	keine Angabe
in Zeitschriften, Magazinen, Comic-Heften	<input type="checkbox"/> 1308 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 9
im Fernsehen	<input type="checkbox"/> 1309 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 9
im Radio	<input type="checkbox"/> 1310 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 9
im Internet	<input type="checkbox"/> 1311 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 9

49

Was hältst Du von Werbung für Dinge, die Dich interessieren?

Ich lese Dir jetzt ein paar Meinungen vor. Und Du sagst mir bitte, ob Du dazu JA oder NEIN sagen kannst.

INT.: ALLE MEINUNGEN EINZELN ABFRAGEN UND ANTWORTEN MARKIEREN!

	ja	nein
Über Sachen aus der Werbung rede ich oft mit meinen Freunden.....	<input type="checkbox"/> 1321 1	<input type="checkbox"/> 2
Werbung macht es mir leicht, meinen Eltern zu erklären, warum ich die Sache haben will ...	<input type="checkbox"/> 1322 1	<input type="checkbox"/> 2
Die Werbung für Kinder ist viel zu wenig für uns Kinder gemacht	<input type="checkbox"/> 1323 1	<input type="checkbox"/> 2
Ich finde es gut, wenn Kinder mitmachen können bei Rätseln, Gewinnspielen usw...	<input type="checkbox"/> 1324 1	<input type="checkbox"/> 2
Ich finde Werbung für Kinder oft langweilig	<input type="checkbox"/> 1325 1	<input type="checkbox"/> 2
Durch die Werbung erfahre ich, was es alles Neues gibt.....	<input type="checkbox"/> 1326 1	<input type="checkbox"/> 2

CODEPLAN

KidsVA 6-13 Jahre

**Fragebogen für
den Erziehungsberechtigten**

FALLS GENERALFILTER IN FRAGE 10 JA ODER WEIß NICHT/ KEINE ANGABE:

Im Folgenden geht es um Kinder und Jugend-Zeitschriften, die **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** ab und zu oder regelmäßig zu Hause liest.

Wie viele Ausgaben dieser Zeitschriften werden zumindest gelegentlich von einem Elternteil mitgelesen?

Bitte geben Sie in der folgenden Liste für alle Zeitschriften an, wie viele Ausgaben der Zeitschrift mitgelesen werden, bzw. ob die Zeitschrift vom **befragten Kind/ Jugendlichen** nicht gelesen wird.

((Medien rotieren))

		Von dieser Zeitschrift werden ... mitgelesen				
		alle/ fast alle Aus- gaben	mehr als die Hälfte der Aus- gaben	etwa die Hälfte der Aus- gaben	weniger Ausga- ben	keine Ausga- be/ wird vom Kind nicht gelesen
Barbie		<input type="checkbox"/> 1348 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Benjamin Blümchen		<input type="checkbox"/> 1349 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bibi Blocksberg		<input type="checkbox"/> 1350 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bibi & Tina		<input type="checkbox"/> 1351 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bob der Baumeister		<input type="checkbox"/> 1352 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bummi		<input type="checkbox"/> 1353 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bussi Bär		<input type="checkbox"/> 1354 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Card Collector		<input type="checkbox"/> 1355 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Dein Spiegel		<input type="checkbox"/> 1389 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Disney Cars		<input type="checkbox"/> 1338 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Disney Einfach Tierisch		<input type="checkbox"/> 1357 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Disney Lustiges Taschenbuch		<input type="checkbox"/> 1358 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Disney Prinzessin		<input type="checkbox"/> 1359 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Donald Duck Sonderheft		<input type="checkbox"/> 1360 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Dora		<input type="checkbox"/> 1339 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Filly		<input type="checkbox"/> 1390 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Frag doch mal die Maus		<input type="checkbox"/> 1362 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Geo Mini		<input type="checkbox"/> 1391 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
GEOLino		<input type="checkbox"/> 1364 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Girlfriends		<input type="checkbox"/> 1365 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Go girl		<input type="checkbox"/> 1366 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hannah Montana		<input type="checkbox"/> 1340 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Das Haus Anubis		<input type="checkbox"/> 1392 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Fortsetzung

Im Folgenden geht es um Kinder und Jugend-Zeitschriften, die **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** ab und zu oder regelmäßig zu Hause liest.

Wie viele Ausgaben dieser Zeitschriften werden zumindest gelegentlich von einem Elternteil mitgelesen?

Bitte geben Sie in der folgenden Liste für alle Zeitschriften an, wie viele Ausgaben der Zeitschrift mitgelesen werden, bzw. ob die Zeitschrift vom **befragten Kind/ Jugendlichen** nicht gelesen wird.

((Medien rotieren))

		Von dieser Zeitschrift werden ... mitgelesen				
		alle/ fast alle Aus- gaben	mehr als die Hälfte der Aus- gaben	etwa die Hälfte der Aus- gaben	weniger Ausga- ben	keine Ausga- be/ wird vom Kind nicht gelesen
Hello Kitty		<input type="checkbox"/> 1367 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Just Kick-it!		<input type="checkbox"/> 1369 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Lissy		<input type="checkbox"/> 1371 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Löwenzahn		<input type="checkbox"/> 1372 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Micky Maus - Magazin		<input type="checkbox"/> 1374 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
National Geographic World		<input type="checkbox"/> 1376 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Pettersson und Findus		<input type="checkbox"/> 1377 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Pferd & Co.		<input type="checkbox"/> 1393 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Pferde – Freunde fürs Leben		<input type="checkbox"/> 1378 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Pokémon Magazin		<input type="checkbox"/> 1379 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Prinzessin Lillifee		<input type="checkbox"/> 1381 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Simpsons Comics		<input type="checkbox"/> 1382 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
SpongeBob Schwammkopf		<input type="checkbox"/> 1384 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Thomas & seine Freunde		<input type="checkbox"/> 1341 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tiere – Freunde fürs Leben/ Tierbabys		<input type="checkbox"/> 1342 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Twist		<input type="checkbox"/> 1394 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Wendy		<input type="checkbox"/> 1385 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Wickie und die starken Männer		<input type="checkbox"/> 1345 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Willi wills wissen		<input type="checkbox"/> 1346 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Winnie Puuh		<input type="checkbox"/> 1386 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Winx Club		<input type="checkbox"/> 1387 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Witch		<input type="checkbox"/> 1388 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Yeah!		<input type="checkbox"/> 1347 <input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

56 Im Folgenden geht es um ein paar Aussagen.

Wie wichtig sind Ihnen diese Dinge, wenn **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** Zeitschriften liest, Fernsehen schaut oder das Internet nutzt?

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	überhaupt nicht wichtig
Mein Kind kann etwas lernen	<input type="checkbox"/> 1721 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	<input type="checkbox"/> 1722 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind wird aktiv	<input type="checkbox"/> 1723 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen	<input type="checkbox"/> 1724 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt	<input type="checkbox"/> 1725 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Meinem Kind werden Werte vermittelt	<input type="checkbox"/> 1726 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	<input type="checkbox"/> 1727 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

57 Fortsetzung

Bitte geben Sie zusätzlich zu jeder Aussage an, auf welche Medien das Ihrer Meinung nach zutrifft. Mehrfachnennungen sind möglich!

	trifft zu auf			
	Kinder- und Jugend-Zeitschriften	TV-Sendungen für Kinder/ Jugendliche	Internet	keins dieser Medien
Mein Kind kann etwas lernen	<input type="checkbox"/> 1737 1	<input type="checkbox"/> 1738 1	<input type="checkbox"/> 1739 1	<input type="checkbox"/> 1740 1
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	<input type="checkbox"/> 1742 1	<input type="checkbox"/> 1743 1	<input type="checkbox"/> 1744 1	<input type="checkbox"/> 1745 1
Mein Kind wird aktiv	<input type="checkbox"/> 1747 1	<input type="checkbox"/> 1748 1	<input type="checkbox"/> 1749 1	<input type="checkbox"/> 1750 1
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen	<input type="checkbox"/> 1752 1	<input type="checkbox"/> 1753 1	<input type="checkbox"/> 1754 1	<input type="checkbox"/> 1755 1
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt	<input type="checkbox"/> 1757 1	<input type="checkbox"/> 1758 1	<input type="checkbox"/> 1759 1	<input type="checkbox"/> 1760 1
Meinem Kind werden Werte vermittelt	<input type="checkbox"/> 1762 1	<input type="checkbox"/> 1763 1	<input type="checkbox"/> 1764 1	<input type="checkbox"/> 1765 1
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	<input type="checkbox"/> 1767 1	<input type="checkbox"/> 1768 1	<input type="checkbox"/> 1769 1	<input type="checkbox"/> 1770 1

63 Und was hat **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** mit dem letzten Geldgeschenk gemacht? Wurde das Geld komplett ausgegeben, zum Teil ausgegeben oder wird alles gespart?

- das Geld wurde ausgegeben..... 1802
1
- ein Teil wurde ausgegeben, ein Teil wird gespart 2
- das Geld wird gespart
- keine Angabe

64 Hat **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** ein eigenes Sparbuch oder Girokonto?

- Sparbuch..... 1398
1
- Girokonto..... 1399
1

➔ **65**

65 *FALLS BEFRAGTES KIND/ BEFRAGTER JUGENDLICHER EIN EIGENES SPARBUCH BESITZT:* Wie viel Euro sind zur Zeit ungefähr auf diesem Sparbuch?

INT.: GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENENFALLS RUNDEN! KEINE ANGABE = 99.

Betrag 1409-1413

66 Wie viel Euro haben Sie in den letzten 12 Monaten schätzungsweise für ... (*EINZELN ABFRAGEN*) für **das befragte Kind/ den befragten Jugendliche** ausgegeben?

*INT.: EINZELN ABFRAGEN UND GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENENFALLS RUNDEN!
KEINE ANGABE = 99.*

klassische Spielsachen	<input type="text"/>	1430-1433
elektronische Spielsachen (z.B.: Spiel- und Lernsoftware für den PC, Spielekonsolen, Handspielgeräte).....	<input type="text"/>	1434-1437
Bekleidung, Schuhe	<input type="text"/>	1426-1429

70 Darf **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** zuhause das Internet nutzen?

ja	<input type="checkbox"/>	1439	} → 75
nein	<input type="checkbox"/>	2	
im Haushalt ist <u>kein</u> Internetzugang vorhanden	<input type="checkbox"/>	3	

73 *FALLS DAS BEFRAGTE KIND/ DER BEFRAGTE JUGENDLICHE DAS INTERNET NUTZT:*

Haben Sie bestimmte Regeln/ Einschränkungen für **das befragte Kind/ den befragten Jugendliche** bei der Nutzung des Internets?

	ja	nein
Ein Elternteil muss bei der Nutzung immer dabei sein	<input type="checkbox"/> 1463 1	<input type="checkbox"/> 2
Das Kind darf nur bestimmte Internet-Seiten besuchen	<input type="checkbox"/> 1464 1	<input type="checkbox"/> 2
Das Kind hat eine festgelegte Zeitdauer, die es im Internet sein darf ...	<input type="checkbox"/> 1465 1	<input type="checkbox"/> 2
Besucht das Kind erstmals eine Internet-Seite, ist ein Elternteil dabei ..	<input type="checkbox"/> 1466 1	<input type="checkbox"/> 2
Dem Kind ist der Besuch von Chats, Communities verboten	<input type="checkbox"/> 1467 1	<input type="checkbox"/> 2
Schutzprogramme für Kinder sind installiert	<input type="checkbox"/> 1468 1	<input type="checkbox"/> 2
Dem Kind sind Downloads verboten	<input type="checkbox"/> 1470 1	<input type="checkbox"/> 2
Dem Kind ist das Mitmachen bei Gewinnspielen verboten	<input type="checkbox"/> 1471 1	<input type="checkbox"/> 2
Es gibt (noch) weitere Regeln/ Einschränkungen, und zwar	<input type="checkbox"/> 1469 1	<input type="checkbox"/> 2

75 Ich nenne Ihnen nun einige Dinge, die man im Internet bestellen kann.

Bitte sagen Sie mir zu jedem, ob Sie es für **das befragte Kind/ den befragten Jugendliche** schon im Internet bestellt haben oder nicht. Falls Sie diese Dinge noch nicht im Internet bestellt haben, sagen Sie mir bitte auch, ob sie es sich dennoch vorstellen könnten.

	ja	nein, aber kann ich mir vorstellen	nein
Bücher	<input type="checkbox"/> 1479 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Hörspiele oder Musik-CDs	<input type="checkbox"/> 1480 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
DVDs	<input type="checkbox"/> 1481 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
klassische Spielsachen (z.B.: Puppen, Spielkästen, Brettspiele)	<input type="checkbox"/> 1482 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Computer-, Konsolenspiele	<input type="checkbox"/> 1483 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Bekleidung	<input type="checkbox"/> 1484 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
bezahlte Downloads (z.B.: Musik, Hörbücher, Handy-Software)	<input type="checkbox"/> 1485 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Ferienaufenthalte	<input type="checkbox"/> 1486 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

76 Kam es auch schon vor, dass **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** etwas im Internet gesehen hat und Sie es dann gemeinsam bestellt haben?

	ja	nein
Bücher.....	<input type="checkbox"/> 1496 1	<input type="checkbox"/> 2
Hörspiele oder Musik-CDs	<input type="checkbox"/> 1497 1	<input type="checkbox"/> 2
DVDs.....	<input type="checkbox"/> 1498 1	<input type="checkbox"/> 2
klassische Spielsachen (z.B.: Puppen, Spielkästen, Brettspiele).....	<input type="checkbox"/> 1499 1	<input type="checkbox"/> 2
Computer-, Konsolenspiele.....	<input type="checkbox"/> 1500 1	<input type="checkbox"/> 2
Bekleidung.....	<input type="checkbox"/> 1501 1	<input type="checkbox"/> 2
bezahlte Downloads (z.B.: Musik, Hörbücher, Handy-Software)	<input type="checkbox"/> 1502 1	<input type="checkbox"/> 2
Ferienaufenthalte.....	<input type="checkbox"/> 1503 1	<input type="checkbox"/> 2

77 Für welche speziellen Kinder-Online-Angebote sind Sie generell bereit Geld auszugeben?

INT.: MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

Online-Bildungsangebote.....	<input type="checkbox"/> 1513 1
Online-Unterhaltungsangebote.....	<input type="checkbox"/> 1514 1
Kinder-Communities/ Kinder-Chats.....	<input type="checkbox"/> 1518 1
bin nicht bereit für Kinder-Online-Angebote zu bezahlen.	<input type="checkbox"/> 1517 1

79 *INT.: LISTE F VORLEGEN!*

Das Internet wird immer stärker auch Teil des kindlichen Alltags.

Welche Vorteile und Probleme sehen Sie für **das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen** bei der Nutzung des Internets?

Auf dieser Liste stehen einige Aussagen. Bitte sagen Sie mir zu jeder, ob Sie zustimmen oder nicht.

	stimme voll zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu
Das Kind wird durch die Angebotsflut im Internet überfordert.....	<input type="checkbox"/> 1527 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Das Kind erhält durch das Internet schneller Zugang zu gefährlichen Inhalten	<input type="checkbox"/> 1528 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Das Internet verdrängt andere Medien bei meinem Kind.....	<input type="checkbox"/> 1529 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Als Eltern haben wir kaum Möglichkeiten, die Aktivitäten des Kindes im Internet zu kontrollieren.....	<input type="checkbox"/> 1530 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Das Kind bewegt sich wegen des Internets weniger.....	<input type="checkbox"/> 1531 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Das Internet macht das Kind früher erwachsen	<input type="checkbox"/> 1532 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Durch das Internet vereinsamt das Kind.....	<input type="checkbox"/> 1533 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Das Internet eröffnet dem Kind eine Vielzahl neuer Unterhaltungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/> 1534 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Das Internet ist für mein Kind ein modernes Hilfsmittel für schulische Aufgaben.....	<input type="checkbox"/> 1535 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Das Internet ermöglicht meinem Kind spielerisches Lernen im Alltag.....	<input type="checkbox"/> 1536 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Das Internet bietet meinem Kind tolle Möglichkeiten, Gleichgesinnte zu treffen.....	<input type="checkbox"/> 1537 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

80 Gibt es in Ihrem Haushalt eine Spielekonsole, die von der ganzen Familie genutzt werden kann?

ja.....	<input type="checkbox"/> 1538 1	→ 81
nein.....	<input type="checkbox"/> 2	→ 82

INT.: LISTE G VORLEGEN!

Auf dieser Liste stehen verschiedene Produkte, die Sie für **das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen** kaufen könnten.

Wenn sich **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** eine bestimmte Marke von den nachstehenden Produkten wünscht, bekommt es/ er diese dann meistens?

Bitte nennen Sie mir alle die Produkte, bei denen der Markenwunsch meistens erfüllt wird oder erfüllt würde.

MP3-Player	<input type="checkbox"/>	1565 1
Spielsachen	<input type="checkbox"/>	1566 1
Schulsachen, Stifte, Füller	<input type="checkbox"/>	1567 1
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	<input type="checkbox"/>	1568 1
Armbanduhr	<input type="checkbox"/>	1569 1
Handy	<input type="checkbox"/>	1570 1
Bekleidung, Jeans	<input type="checkbox"/>	1571 1
Sportschuhe	<input type="checkbox"/>	1572 1
sonstige Schuhe	<input type="checkbox"/>	1573 1
Getränke (z.B.: Limonade, Cola, Fruchtsaft)	<input type="checkbox"/>	1574 1
Milchmixgetränke, Kakaogetränke	<input type="checkbox"/>	1575 1
Ketchup	<input type="checkbox"/>	1579 1
Cornflakes, Fertig-Müsli	<input type="checkbox"/>	1580 1
Joghurt	<input type="checkbox"/>	1592 1
Quark	<input type="checkbox"/>	1593 1
Pudding	<input type="checkbox"/>	1594 1
süße Brotaufstriche (z.B.: Nutella, Honig, Marmelade) ...	<input type="checkbox"/>	1582 1
Eis	<input type="checkbox"/>	1583 1
Kekse	<input type="checkbox"/>	1584 1
Schokolade, Schokoriegel	<input type="checkbox"/>	1595 1
Bonbons	<input type="checkbox"/>	1587 1
Lollies, Lutscher	<input type="checkbox"/>	1588 1
Fruchtgummi	<input type="checkbox"/>	1589 1
Kaugummi	<input type="checkbox"/>	1590 1
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	<input type="checkbox"/>	1591 1
nichts davon/ keine Angabe	<input type="checkbox"/>	1596 9

84 INT.: LISTE H VORLEGEN!
 Auf dieser Liste stehen verschiedene Dinge, die Sie für **das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen** kaufen könnten.
 Wen fragen Sie hauptsächlich bzw. wo informieren Sie sich, wenn Sie für **das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen** diese Dinge einkaufen wollen?

INT.: MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

	Befragter informiert sich ...					
	beim Kind selbst	beim Ehe-/ Lebenspartner	bei anderen Familienmitgliedern/ Freunden und Bekannten	im Geschäft	in der Werbung	nichts davon/ wird nicht gekauft
Bekleidung	<input type="checkbox"/> 1601 1	<input type="checkbox"/> 1602 1	<input type="checkbox"/> 1603 1	<input type="checkbox"/> 1604 1	<input type="checkbox"/> 1605 1	<input type="checkbox"/> 1641 1
Schuhe	<input type="checkbox"/> 1606 1	<input type="checkbox"/> 1607 1	<input type="checkbox"/> 1608 1	<input type="checkbox"/> 1609 1	<input type="checkbox"/> 1610 1	<input type="checkbox"/> 1642 1
Lebensmittel	<input type="checkbox"/> 1611 1	<input type="checkbox"/> 1612 1	<input type="checkbox"/> 1613 1	<input type="checkbox"/> 1614 1	<input type="checkbox"/> 1615 1	<input type="checkbox"/> 1643 1
Computer-/ Konsolenspiele	<input type="checkbox"/> 1616 1	<input type="checkbox"/> 1617 1	<input type="checkbox"/> 1618 1	<input type="checkbox"/> 1619 1	<input type="checkbox"/> 1620 1	<input type="checkbox"/> 1644 1
klassisches Spielzeug	<input type="checkbox"/> 1621 1	<input type="checkbox"/> 1622 1	<input type="checkbox"/> 1623 1	<input type="checkbox"/> 1624 1	<input type="checkbox"/> 1625 1	<input type="checkbox"/> 1645 1
Sportausrüstung	<input type="checkbox"/> 1626 1	<input type="checkbox"/> 1627 1	<input type="checkbox"/> 1628 1	<input type="checkbox"/> 1629 1	<input type="checkbox"/> 1630 1	<input type="checkbox"/> 1646 1
Körperpflege, Kosmetik	<input type="checkbox"/> 1636 1	<input type="checkbox"/> 1637 1	<input type="checkbox"/> 1638 1	<input type="checkbox"/> 1639 1	<input type="checkbox"/> 1640 1	<input type="checkbox"/> 1647 1

85 Hat **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** Einfluss ... ?

	ja	nein
bei der Wahl des Urlaubsortes	<input type="checkbox"/> 1650 1	<input type="checkbox"/> 2
beim Kauf eines neuen Autos	<input type="checkbox"/> 1651 1	<input type="checkbox"/> 2
beim Besuch von Freizeitparks ...	<input type="checkbox"/> 1652 1	<input type="checkbox"/> 2
beim Kauf von Unterhaltungselektronik/ Computern	<input type="checkbox"/> 1654 1	<input type="checkbox"/> 2

86 Hat **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** ein eigenes Handy?

ja	<input type="checkbox"/> 1155 1	➔ 87
nein	<input type="checkbox"/> 2	➔ 97

87 Besteht für dieses Handy ein fester Vertrag über eine bestimmte Laufzeit oder wird dafür eine Guthabekarte (Prepaid) verwendet?

fester Vertrag	<input type="checkbox"/> 1673 1
Guthabekarte (Prepaid)	<input type="checkbox"/> 2
keine Angabe	<input type="checkbox"/> 9

88 Bezahlte **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** die Kosten für das Handy selbst, oder zahlen Sie bzw. jemand anderes einen Teil oder die kompletten Kosten?

Kind/ Jugendlicher bezahlt allein	<input type="checkbox"/> 1683 1	➔ 97
ein Elternteil oder jemand anderes zahlt einen Teil der Kosten ..	<input type="checkbox"/> 2	
ein Elternteil oder jemand anderes zahlt alles	<input type="checkbox"/> 3	

89 Wie viel bezahlen Sie pro Monat für das Handy des befragten Kindes/ Jugendlichen?

INT.: GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENENFALLS RUNDEN! KEINE ANGABE = 99.

Betrag pro Monat..... 1693-1696

97 In welchem Verhältnis stehen Sie zu **dem befragten Kind/ Jugendlichen**?

Sind Sie:
 die Mutter ¹⁰⁰₁
 der Vater ₂
 andere erziehungsberechtigte Person ₃

98 Sind Sie alleinerziehend?

ja ¹⁰¹₁
 nein ₂

99 Wie alt sind Sie?
INT.: BITTE ALTER EINGEBEN!

Alter 110-111

100 Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt? Zählen Sie sich selbst auch mit.
INT.: BITTE ANZAHL EINGEBEN!

Personen im Haushalt insgesamt 121-122
 2 Personen ¹²³₂
 3 Personen ₃
 4 Personen ₄
 5 Personen und mehr ₅

101 Bitte sagen Sie mir, wie viele der Personen in Ihrem Haushalt zu der Altersklasse ... (*EINZELN ABFRAGEN*) gehören. Geben Sie bitte auch an, wie viele Personen davon männlich bzw. weiblich sind.

INT.: BITTE VERTEILEN SIE DIE PERSONEN IM HAUSHALT AUF DIE ALTERSKLASSEN! DAS KÄSTCHEN KANN LEER BLEIBEN, FALLS KEINE PERSON VORHANDEN IST.

	Anzahl		Geschlecht	
	Personen	männlich	weiblich	
0 bis 3 Jahre	<input type="text"/> ¹³²⁻ ₁₃₃	<input type="text"/> ¹³⁴⁻ ₁₃₅	<input type="text"/> ¹³⁶⁻ ₁₃₇	
4 bis 5 Jahre	<input type="text"/> ¹³⁸⁻ ₁₃₉	<input type="text"/> ¹⁴⁰⁻ ₁₄₁	<input type="text"/> ¹⁴²⁻ ₁₄₃	
6 bis 9 Jahre	<input type="text"/> ¹⁴⁴⁻ ₁₄₅	<input type="text"/> ¹⁴⁶⁻ ₁₄₇	<input type="text"/> ¹⁴⁸⁻ ₁₄₉	
10 bis 13 Jahre	<input type="text"/> ¹⁵⁰⁻ ₁₅₁	<input type="text"/> ¹⁵²⁻ ₁₅₃	<input type="text"/> ¹⁵⁴⁻ ₁₅₅	
14 bis 17 Jahre	<input type="text"/> ¹⁵⁶⁻ ₁₅₇	<input type="text"/> ¹⁵⁸⁻ ₁₅₉	<input type="text"/> ¹⁶⁰⁻ ₁₆₁	
18 Jahre und älter	<input type="text"/> ¹⁶²⁻ ₁₆₃	<input type="text"/> ¹⁶⁴⁻ ₁₆₅	<input type="text"/> ¹⁶⁶⁻ ₁₆₇	

Übercode Geschwister

	Insgesamt	Brüder	Schwestern
Eins.....	<input type="checkbox"/> ¹²⁹ ₁	<input type="checkbox"/> ¹³⁰ ₁	<input type="checkbox"/> ¹³¹ ₁
Zwei	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₂
Drei und mehr	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₃
Keine	<input type="checkbox"/> ₀	<input type="checkbox"/> ₀	<input type="checkbox"/> ₀

103 Sind Sie selbst der Hauptverdiener hier im Haushalt, also der- oder diejenige, der/ die am meisten verdient?

ja, ich bin der Hauptverdiener..... ¹⁷⁷₁
 nein ₂

104

In den folgenden drei Fragen geht es nur um den Hauptverdiener.

Welche Schulbildung hat der Hauptverdiener, bzw. welche Schule hat er zuletzt besucht?

- Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung 1¹⁸⁷
- Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule mit abgeschlossener Lehre/ Berufsausbildung 2
- Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur ... 3
- Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule 4
- Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum 5
- keine Angabe 9

105

Ist der Hauptverdiener berufstätig?

- voll berufstätig 1¹⁸⁸
- teilweise berufstätig, teilbeschäftigt 2
- zurzeit in Kurzarbeit 3
- zurzeit arbeitslos 4
- Rentner, Pensionär 5
- in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student 6
- nicht berufstätig 7
- keine Angabe 9

106

Welcher Berufsgruppe gehört der Hauptverdiener an, bzw. – falls dieser nicht mehr berufstätig ist – welcher gehörte er an?

- Selbständiger mit bis zu 5 Beschäftigten 1¹⁸⁹⁻¹⁹⁰
- Selbständiger mit 6 bis 9 Beschäftigten 2
- Selbständiger mit 10 bis 49 Beschäftigten 3
- Selbständiger mit 50 und mehr Beschäftigten 4
- Selbständiger Landwirt 5
- Freie Berufe: Arzt, Architekt usw. 6
- Einfacher Angestellter 7
- Mittlerer Angestellter 8
- Qualifizierter Angestellter 9
- Leitender Angestellter 10
- Beamter: einfacher Dienst 11
- Beamter: mittlerer Dienst 12
- Beamter: gehobener Dienst 13
- Beamter: höherer Dienst 14
- Arbeiter: einfache Arbeiten 15
- Arbeiter: schwierige Arbeiten 16
- Fach-/ Vorarbeiter, Polier, Handwerksgeselle 17
- keine Angabe 99

107 Wie wohnen Sie hier?

- zur Untermiete ¹⁹¹₁
- in einer Mietwohnung ₂
- in einem gemieteten Ein-/ Zweifamilienhaus ₃
- in einer Eigentumswohnung ₄
- im eigenen Haus ₅

108 Hat **das befragte Kind/ der befragte Jugendliche** ein eigenes Zimmer für sich allein?

- ja ²⁰¹₁
- nein ₂

109 Wie viele Personen im Haushalt haben ein eigenes Einkommen?
Das heißt: Wie viele Personen verdienen selbst oder haben ein Einkommen aus Renten, Pensionen, Mieten, Pacht, Wertpapieren und dergleichen?

- 1 Person ²³⁵₁
- 2 Personen ₂
- 3 Personen und mehr ₃
- keine Angabe ₉

110 *INT.: LISTE H VORLEGEN!*

Wenn Sie einmal alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann in etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen hier im Haushalt haben, nach Abzug der Steuern und der Sozialversicherung? Sie brauchen mir nur den jeweiligen Buchstaben auf dieser Liste zu nennen.

- A** unter 1.000 Euro ²³⁶₁
- B** 1.000 bis unter 1.500 Euro ₂
- C** 1.500 bis unter 2.000 Euro ₃
- D** 2.000 bis unter 2.500 Euro ₄
- E** 2.500 bis unter 3.000 Euro ₅
- F** 3.000 bis unter 3.500 Euro ₆
- G** 3.500 bis unter 4.000 Euro ₇
- H** 4.000 Euro und mehr ₈
- keine Angabe ₉

111 Sagen Sie mir bitte, ob die folgenden Aussagen zutreffen.

	ja	nein	keine Angabe
Vater/ Erziehungsberechtigter des befragten Kindes/ Jugendlichen ist in Deutschland geboren	<input type="checkbox"/> ²⁴⁶ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₉
Mutter/ Erziehungsberechtigte des befragten Kindes/ Jugendlichen ist in Deutschland geboren	<input type="checkbox"/> ²⁴⁷ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₉
Befragtes Kind/ befragter Jugendlicher ist in Deutschland geboren	<input type="checkbox"/> ²⁴⁸ ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₉

CODEPLAN

Fragebogen

PreSchool

1 INT.: ALTER DES KINDES ERFRAGEN UND ANKLICKEN!

4 Jahre..... ³¹¹⁻³¹²₄
5 Jahre..... ₅

2 Welches Geschlecht hat **Ihr Kind**?

männlich ³³¹₁
weiblich ₂

3 Besucht **Ihr Kind** einen Kindergarten oder geht es schon zur Schule?

besucht Kindergarten/ Hort/ Kita . ³²²₁
besucht Schule..... ₂
weder Kindergarten noch Schule .. ₃

4

INT.: LISTE A VORLEGEN!

Auf dieser Liste stehen einige Dinge, mit denen sich Kinder in ihrer Freizeit beschäftigen können. Bitte sagen Sie mir zu jedem, ob **Ihr Kind** das in seiner Freizeit häufig, ab und zu oder gar nicht macht.

Freizeittätigkeit	häufig	ab und zu	gar nicht
Musik hören	<input type="checkbox"/> 341 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Bücher lesen/ anschauen	<input type="checkbox"/> 343 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Zeitschriften, Magazine, Comics lesen/ anschauen	<input type="checkbox"/> 344 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Fernsehen schauen	<input type="checkbox"/> 345 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Videofilme/ DVDs ansehen	<input type="checkbox"/> 346 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Hörspiele, Hörbücher auf Kassetten oder CDs hören	<input type="checkbox"/> 347 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
ins Kino gehen	<input type="checkbox"/> 348 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Rad fahren, biken	<input type="checkbox"/> 349 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
schwimmen	<input type="checkbox"/> 350 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Fußball spielen	<input type="checkbox"/> 351 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Skateboarding/ Inline skaten	<input type="checkbox"/> 354 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Sport im Sportverein treiben	<input type="checkbox"/> 377 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Tanzen, Ballett, Turnen	<input type="checkbox"/> 356 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Freunden zusammen sein	<input type="checkbox"/> 357 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Brettspiele, Kartenspiele spielen	<input type="checkbox"/> 358 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Sammelkarten spielen	<input type="checkbox"/> 359 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
puzzeln	<input type="checkbox"/> 361 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Puppen/ Stofftieren spielen	<input type="checkbox"/> 362 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Spielkästen (z.B.: Playmobil, Lego) spielen	<input type="checkbox"/> 363 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
sich mit Bastel-, Experimentierkästen (z.B.: Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen) beschäftigen	<input type="checkbox"/> 364 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
sich mit Modellbau beschäftigen (Autos, Schiffe, Flugzeuge)	<input type="checkbox"/> 365 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit der elektrischen Eisenbahn spielen	<input type="checkbox"/> 366 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
den Computer/ Laptop nutzen	<input type="checkbox"/> 367 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
im Internet surfen	<input type="checkbox"/> 378 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Handspielgeräten (z.B.: Nintendo DS, Game Boy, PSP) spielen	<input type="checkbox"/> 368 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
mit Spielekonsolen (z.B.: PlayStation, Wii, Xbox) spielen	<input type="checkbox"/> 369 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
sich mit Tieren beschäftigen, füttern, pflegen	<input type="checkbox"/> 371 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
reiten	<input type="checkbox"/> 372 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
malen, zeichnen	<input type="checkbox"/> 373 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
basteln	<input type="checkbox"/> 374 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
shoppen gehen/ durch die Stadt bummeln	<input type="checkbox"/> 376 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

Im Folgenden geht es um Kinder-Zeitschriften.

Wichtig:

Es kommt bei jedem Heft darauf an, ob **Ihr Kind** darin schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen hat. Dabei ist es egal, wie oft, ob zuhause, im Kindergarten bzw. in der Schule, bei Freunden oder anderswo. Denken Sie besonders an die Ausgaben der letzten 12 Monate.

		P-Wert Position
	Barbie.....	2500-2502
	Benjamin Blümchen.....	2503-2505
	Bibi Blocksberg	2506-2508
	Bibi & Tina	2509-2511
	Bob der Baumeister	2512-2514
	Bummi	2515-2517
	Bussi Bär	2518-2520
	Disney Cars	2527-2529
	Disney Einfach Tierisch	2530-2532
	Disney Prinzessin	2536-2538
	Filly.....	2545-2547
	Frag doch mal die Maus.....	2548-2550
	Geo Mini	2551-2553
	Hello Kitty	2569-2571
	Löwenzahn	2578-2580
	Micky Maus - Magazin	2581-2583
	Prinzessin Lillifee	2599-2601
	SpongeBob Schwammkopf ...	2605-2607
	Wendy	2617-2619
	Winnie Puuh	2626-2628
	Winx Club.....	2629-2631

FALLS GENERALFILTER IN FRAGE 9 JA ODER WEIß NICHT/ KEINE ANGABE:

Im Folgenden geht es um Kinder-Zeitschriften, die **Ihr Kind** ab und zu oder regelmäßig zu Hause liest/ anschaut.

Wie viele Ausgaben dieser Zeitschriften werden zumindest gelegentlich von einem Elternteil mitgelesen?

Bitte geben Sie in der folgenden Liste für alle Zeitschriften an, wie viele Ausgaben der Zeitschrift mitgelesen werden, bzw. ob die Zeitschrift vom **Ihrem Kind** nicht gelesen wird.

((Medien rotieren))

		Von dieser Zeitschrift werden ... mitgelesen				
		alle/ fast alle Aus- gaben	mehr als die Hälfte der Aus- gaben	etwa die Hälfte der Aus- gaben	weniger Ausga- ben	keine Ausga- be/ wird vom Kind nicht gelesen
Barbie		<input type="checkbox"/> 1348 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Benjamin Blümchen		<input type="checkbox"/> 1349 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bibi Blocksberg		<input type="checkbox"/> 1350 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bibi & Tina		<input type="checkbox"/> 1351 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bob der Baumeister		<input type="checkbox"/> 1352 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bummi		<input type="checkbox"/> 1353 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bussi Bär		<input type="checkbox"/> 1354 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Disney Cars		<input type="checkbox"/> 1338 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Disney Einfach Tierisch		<input type="checkbox"/> 1357 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Disney Prinzessin		<input type="checkbox"/> 1359 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Filly		<input type="checkbox"/> 1390 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Frag doch mal die Maus		<input type="checkbox"/> 1362 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Geo Mini		<input type="checkbox"/> 1391 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hello Kitty		<input type="checkbox"/> 1367 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Löwenzahn		<input type="checkbox"/> 1372 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Micky Maus - Magazin		<input type="checkbox"/> 1374 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Prinzessin Lillifee		<input type="checkbox"/> 1381 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
SpongeBob Schwammkopf		<input type="checkbox"/> 1384 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Wendy		<input type="checkbox"/> 1385 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Winnie Puuh		<input type="checkbox"/> 1386 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Winx Club		<input type="checkbox"/> 1387 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

14 Im Folgenden geht es um ein paar Aussagen.

Wie wichtig sind Ihnen diese Dinge, wenn **Ihr Kind** Zeitschriften liest/ anschaut, Fernsehen schaut oder das Internet nutzt?

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	überhaupt nicht wichtig
Mein Kind kann etwas lernen	<input type="checkbox"/> 1721 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	<input type="checkbox"/> 1722 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind wird aktiv	<input type="checkbox"/> 1723 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen	<input type="checkbox"/> 1724 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt	<input type="checkbox"/> 1725 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Meinem Kind werden Werte vermittelt	<input type="checkbox"/> 1726 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	<input type="checkbox"/> 1727 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

15 Fortsetzung

Bitte geben Sie zusätzlich zu jeder Aussage an, auf welche Medien das Ihrer Meinung nach zutrifft. Mehrfachnennungen sind möglich!

	trifft zu auf			
	Kinder- und Jugend-Zeitschriften	TV-Sendungen für Kinder/ Jugendliche	Internet	keins dieser Medien
Mein Kind kann etwas lernen	<input type="checkbox"/> 1737 1	<input type="checkbox"/> 1738 1	<input type="checkbox"/> 1739 1	<input type="checkbox"/> 1740 1
Mein Kind beschäftigt sich sinnvoll	<input type="checkbox"/> 1742 1	<input type="checkbox"/> 1743 1	<input type="checkbox"/> 1744 1	<input type="checkbox"/> 1745 1
Mein Kind wird aktiv	<input type="checkbox"/> 1747 1	<input type="checkbox"/> 1748 1	<input type="checkbox"/> 1749 1	<input type="checkbox"/> 1750 1
Ich kann mich mit meinem Kind gemeinsam beschäftigen	<input type="checkbox"/> 1752 1	<input type="checkbox"/> 1753 1	<input type="checkbox"/> 1754 1	<input type="checkbox"/> 1755 1
Die Fantasie/ Kreativität meines Kindes wird angeregt	<input type="checkbox"/> 1757 1	<input type="checkbox"/> 1758 1	<input type="checkbox"/> 1759 1	<input type="checkbox"/> 1760 1
Meinem Kind werden Werte vermittelt	<input type="checkbox"/> 1762 1	<input type="checkbox"/> 1763 1	<input type="checkbox"/> 1764 1	<input type="checkbox"/> 1765 1
Mein Kind hat Spaß und Freude daran	<input type="checkbox"/> 1767 1	<input type="checkbox"/> 1768 1	<input type="checkbox"/> 1769 1	<input type="checkbox"/> 1770 1

17 FALLS IN FRAGE 9 MINDESTENS EIN TITEL JA:

INT.: LISTE B VORLEGEN!

Denken Sie doch bitte einmal an die Zeitschriften, die **Ihr Kind** regelmäßig oder ab und zu liest. Ich nenne Ihnen nun einige Dinge, die **Ihr Kind** mit den Zeitschriften machen kann. Bitte sagen Sie mir anhand der Liste, was zutrifft.

	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu
Mein Kind liest/ blättert die Zeitschriften meist vollständig durch	<input type="checkbox"/> 398 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind liest/ blättert in den Zeitschriften immer mal wieder	<input type="checkbox"/> 399 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind liest/ blättert in den Zeitschriften zusammen mit anderen Kindern	<input type="checkbox"/> 400 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind sammelt die Zeitschriften, bewahrt sie auf	<input type="checkbox"/> 401 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind wirft die Zeitschriften weg sobald es sie ausgelesen hat	<input type="checkbox"/> 403 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mein Kind gibt die Zeitschriften an Andere weiter	<input type="checkbox"/> 404 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

Auf dieser Liste stehen verschiedene Produkte. Bitte sagen Sie mir zu jedem, wie häufig **Ihr Kind** es isst oder trinkt. Ist das: So gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, seltener oder nie?

	jeden Tag	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	seltener	nie
Limonade/ Brause/ Colagetränke	<input type="checkbox"/> 984 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fruchtsaft	<input type="checkbox"/> 952 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
fertige Fruchtsaftschorle	<input type="checkbox"/> 953 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Mineralwasser	<input type="checkbox"/> 954 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tafelschokolade	<input type="checkbox"/> 955 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Schokoriegel/ -waffeln	<input type="checkbox"/> 956 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Bonbons	<input type="checkbox"/> 958 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Lollies, Lutscher	<input type="checkbox"/> 959 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fruchtgummi	<input type="checkbox"/> 960 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kaugummi	<input type="checkbox"/> 961 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	<input type="checkbox"/> 962 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Süßgebäck/ Kekse	<input type="checkbox"/> 963 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Nuss-Nougat-Creme (z.B.: Nutella)	<input type="checkbox"/> 980 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Konfitüre/ Marmelade/ Honig	<input type="checkbox"/> 985 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fertig-Müsli, Haferflocken	<input type="checkbox"/> 968 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Frühstücksprodukte (z.B.: Cornflakes, Cerealien)	<input type="checkbox"/> 969 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Pudding	<input type="checkbox"/> 981 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Nachspeise (z.B.: Milchreis, rote Grütze)	<input type="checkbox"/> 982 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Eis	<input type="checkbox"/> 976 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kakao/ Kakaogetränke	<input type="checkbox"/> 971 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
fertige Milchmod-Getränke (z.B.: Müllermilch)	<input type="checkbox"/> 972 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Milch	<input type="checkbox"/> 973 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Joghurt	<input type="checkbox"/> 974 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Quark	<input type="checkbox"/> 975 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Streich-Käse, Käse	<input type="checkbox"/> 964 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Würstchen, Wurst	<input type="checkbox"/> 977 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fischstäbchen	<input type="checkbox"/> 979 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

23

a) Wie oft benutzt **Ihr Kind** ... (PRODUKTE AUS SCHEMA EINZELN ABFRAGEN)?

Ist das: So gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, seltener oder nie?

b) FALLS BENUTZT: Und wie ist das bei ... (PRODUKT NENNEN)? Verwendet **Ihr Kind** da sein eigenes oder fremdes, z.B. das der Eltern oder Geschwister mit?

INT.: MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

	a)					b)	
	jeden Tag	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	seltener	nie	verwendet eigenes	verwendet fremdes
Schaumbad für die Badewanne	<input type="checkbox"/> 1022 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1023 1	<input type="checkbox"/> 1024 1
Duschgel/ -creme	<input type="checkbox"/> 989 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 990 1	<input type="checkbox"/> 991 1
Gesichtscreme/ Gesichtslotion	<input type="checkbox"/> 998 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 999 1	<input type="checkbox"/> 1000 1
Körpercreme/ Körperlotion	<input type="checkbox"/> 1004 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1005 1	<input type="checkbox"/> 1006 1
Zahnpasta	<input type="checkbox"/> 1007 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1008 1	<input type="checkbox"/> 1009 1
Haarshampoo	<input type="checkbox"/> 1010 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 1011 1	<input type="checkbox"/> 1012 1

25 Wie viel Euro ungefähr hat **Ihr Kind** im Monat oder in der Woche zum Ausgeben, wenn Sie an Taschengeld oder Geldgeschenke von Verwandten/ Bekannten denken?

INT.: GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN!

ES KÖNNEN AUCH BETRÄGE MIT NACHKOMMASTELLEN EINGEGEBEN WERDEN! KEINE ANGABE = 99.

Betrag im Monat 1031-1034

28 *FALLS KIND GELD BEKOMMT:*

Wofür gibt **Ihr Kind** sein Geld normalerweise aus?

INT.: VORGABEN NICHT VORLESEN!

ANTWORTEN IN DER ALPHABETISCH SORTIERTEN LISTE MARKIEREN!

MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

- Bekleidung, Accessoires 1048
1
- Bücher 1049
1
- Eis 1052
1
- Essen unterwegs/ Fast Food 1053
1
- Getränke 1054
1
- Handy-Kosten 1055
1
- Haustiere/ Haustierbedarf 1067
1
- Kino 1056
1
- Kosmetik/ Körperpflege 1057
1
- Musik-CDs 1058
1

- Salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse 1059
1
- Schulsachen/ Stifte/ Füller 1060
1
- Spielzeug, Spiele 1061
1
- Sticker/ Sammelkarten 1062
1
- Süßigkeiten/ Kekse/ Kaugummi .. 1063
1
- Zeitschriften, Magazine, Comics, Manga 1064
1
- anderes, und zwar 1065
1

30 *INT.: GELEGENHEITEN EINZELN ABFRAGEN UND GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENFALLS RUNDEN! KEINE ANGABE = 99.*

zum Geburtstag 1074-1077

zu Weihnachten 1078-1081

zu Ostern 1082-1085

34 Und was hat **Ihr Kind** mit dem letzten Geldgeschenk gemacht?
Wurde das Geld komplett ausgegeben, zum Teil ausgegeben oder wird alles gespart?

- das Geld wurde ausgegeben 1802
1
- ein Teil wurde ausgegeben, ein Teil wird gespart 2
- das Geld wird gespart 3
- keine Angabe 9

INT.: LISTE E VORLEGEN!

a) UND b) FÜR ALLE GEGENSTÄNDE EINZELN ABFRAGEN!

a) Besitzt **Ihr Kind** einen eigenen ... (GEGENSTAND AUS SCHEMA NENNEN)?

b) Wünscht sich **Ihr Kind** einen eigenen ... (GEGENSTAND AUS SCHEMA NENNEN), auch wenn es schon einen hat?

	a) Kind besitzt eigenen	b) Kind wünscht sich eigenen
Fernseher	<input type="checkbox"/> 1127 1	<input type="checkbox"/> 1128 1
DVD-Player	<input type="checkbox"/> 1129 1	<input type="checkbox"/> 1130 1
MP3-Player	<input type="checkbox"/> 1131 1	<input type="checkbox"/> 1132 1
Musik-Anlage	<input type="checkbox"/> 1133 1	<input type="checkbox"/> 1134 1
Armbanduhr	<input type="checkbox"/> 1135 1	<input type="checkbox"/> 1136 1
Computer, Laptop	<input type="checkbox"/> 1137 1	<input type="checkbox"/> 1138 1
Internetzugang	<input type="checkbox"/> 1139 1	<input type="checkbox"/> 1140 1
Spielekonsole		
– PlayStation 3	<input type="checkbox"/> 1141 1	<input type="checkbox"/> 1142 1
– PlayStation 2	<input type="checkbox"/> 1143 1	<input type="checkbox"/> 1144 1
– Wii	<input type="checkbox"/> 1145 1	<input type="checkbox"/> 1146 1
– Xbox	<input type="checkbox"/> 1147 1	<input type="checkbox"/> 1148 1
Handspielgeräte		
– Nintendo DS	<input type="checkbox"/> 1189 1	<input type="checkbox"/> 1190 1
– Game Boy	<input type="checkbox"/> 1185 1	<input type="checkbox"/> 1186 1
– PlayStation Portable	<input type="checkbox"/> 1187 1	<input type="checkbox"/> 1188 1
Spiele/ Games für Handspielgerät, Spielekonsole	<input type="checkbox"/> 1193 1	<input type="checkbox"/> 1194 1
Handy	<input type="checkbox"/> 1155 1	<input type="checkbox"/> 1156 1
Digitalkamera	<input type="checkbox"/> 1157 1	<input type="checkbox"/> 1158 1
Fahrrad/ Mountain Bike	<input type="checkbox"/> 1159 1	<input type="checkbox"/> 1160 1
Spielkästen (z.B.: Playmobil, Lego)	<input type="checkbox"/> 1165 1	<input type="checkbox"/> 1166 1
Bastel-, Experimentierkästen (z.B.: Lego Technik, Fischer Technik, Kosmos Experimentierkästen)	<input type="checkbox"/> 1167 1	<input type="checkbox"/> 1168 1
Plastik-Modellflugzeug, -boot, -raumschiff, -auto	<input type="checkbox"/> 1169 1	<input type="checkbox"/> 1170 1
Puzzle	<input type="checkbox"/> 1171 1	<input type="checkbox"/> 1172 1
Abenteurpuppen, Action-Figuren	<input type="checkbox"/> 1173 1	<input type="checkbox"/> 1174 1
Elektrische Autos, Rennbahn, Fahrzeuge	<input type="checkbox"/> 1175 1	<input type="checkbox"/> 1176 1
Elektrische Eisenbahn, Modelleisenbahn	<input type="checkbox"/> 1177 1	<input type="checkbox"/> 1178 1
Puppen, Anziehpuppen	<input type="checkbox"/> 1179 1	<input type="checkbox"/> 1180 1
Plüsch-/ Stofftiere	<input type="checkbox"/> 1181 1	<input type="checkbox"/> 1182 1
Brettspiele	<input type="checkbox"/> 1195 1	<input type="checkbox"/> 1196 1
Kartenspiele	<input type="checkbox"/> 1197 1	<input type="checkbox"/> 1198 1

FALLS LAUT FRAGE 35 KIND KEINEN EIGENEN COMPUTER/ LAPTOP BESITZT:

Gibt es hier im Haushalt einen Computer oder Laptop, den **Ihr Kind** benutzt?

- Ja, Kind benutzt einen Computer/ Laptop im Haushalt 1200
1
- Nein, Kind benutzt keinen Computer/ Laptop im Haushalt .. 2

39 Wie häufig geht **Ihr Kind** ins Internet?
 Damit ist auch das Senden und Empfangen von E-Mails gemeint.
 Denken Sie dabei bitte an die Nutzung zuhause, bei Freunden, im Kindergarten bzw. in der Schule ...

(fast) jeden Tag	<input type="checkbox"/> 1	
mehrmals pro Woche.....	<input type="checkbox"/> 2	}
etwa einmal pro Woche.....	<input type="checkbox"/> 3	
seltener.....	<input type="checkbox"/> 4	}
gar nicht	<input type="checkbox"/> 5	

→ **40**

→ **41**

40 Was macht **Ihr Kind** im Internet?
 Ich nenne Ihnen nun ein paar Dinge und Sie sagen mir bitte zu jedem, ob **Ihr Kind** das häufig, ab und zu oder gar nicht macht.
INT.: TÄTIGKEITEN VORLESEN UND ZU JEDER DIE ANTWORT MARKIEREN!

	häufig	ab und zu	gar nicht
kostenlose Online-Spiele	<input type="checkbox"/> 908 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
kostenpflichtige Online-Spiele (z.B.: in einer Games-Community).....	<input type="checkbox"/> 909 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Informationen für die Freizeit sammeln	<input type="checkbox"/> 902 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Informationen zu Marken oder Produkten suchen.....	<input type="checkbox"/> 910 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Lernprogramme/ Lernspiele verwenden	<input type="checkbox"/> 912 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
anschauen von Filmen, Videos, Clips	<input type="checkbox"/> 905 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Musik anhören	<input type="checkbox"/> 906 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

41 Und wie ist das zuhause? Darf **Ihr Kind** zuhause das Internet nutzen?

ja.....	<input type="checkbox"/> 1439 1	
nein.....	<input type="checkbox"/> 2	
im Haushalt ist <u>kein</u> Internetzugang vorhanden	<input type="checkbox"/> 3	

42 Ich nenne Ihnen nun einige Dinge, die man im Internet bestellen kann.
 Bitte sagen Sie mir zu jedem, ob Sie es für **Ihr Kind** schon im Internet bestellt haben oder nicht. Falls Sie diese Dinge noch nicht im Internet bestellt haben, sagen Sie mir bitte auch, ob sie es sich dennoch vorstellen könnten.

	ja	nein, aber kann ich mir vorstellen	nein
Bücher	<input type="checkbox"/> 1479 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Hörspiele oder Musik-CDs	<input type="checkbox"/> 1480 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
DVDs	<input type="checkbox"/> 1481 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
klassische Spielsachen (z.B.: Puppen, Spielkästen, Brettspiele)	<input type="checkbox"/> 1482 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Computer-, Konsolenspiele.....	<input type="checkbox"/> 1483 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Bekleidung.....	<input type="checkbox"/> 1484 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
bezahlte Downloads (z.B.: Musik, Hörbücher, Handy-Software)	<input type="checkbox"/> 1485 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Ferienaufenthalte	<input type="checkbox"/> 1486 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

43 Kam es auch schon vor, dass **Ihr Kind** etwas im Internet gesehen hat und Sie es dann gemeinsam bestellt haben?

	ja	nein
Bücher.....	<input type="checkbox"/> 1496 1	<input type="checkbox"/> 2
Hörspiele oder Musik-CDs	<input type="checkbox"/> 1497 1	<input type="checkbox"/> 2
DVDs.....	<input type="checkbox"/> 1498 1	<input type="checkbox"/> 2
klassische Spielsachen (z.B.: Puppen, Spielkästen, Brettspiele).....	<input type="checkbox"/> 1499 1	<input type="checkbox"/> 2
Computer-, Konsolenspiele.....	<input type="checkbox"/> 1500 1	<input type="checkbox"/> 2
Bekleidung.....	<input type="checkbox"/> 1501 1	<input type="checkbox"/> 2
bezahlte Downloads (z.B.: Musik, Hörbücher, Handy-Software)	<input type="checkbox"/> 1502 1	<input type="checkbox"/> 2
Ferienaufenthalte.....	<input type="checkbox"/> 1503 1	<input type="checkbox"/> 2

44 Für welche speziellen Kinder-Online-Angebote sind Sie generell bereit Geld auszugeben?
INT.: MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

Online-Bildungsangebote.....	<input type="checkbox"/> 1513 1
Online-Unterhaltungsangebote.....	<input type="checkbox"/> 1514 1
Kinder-Communities/ Kinder-Chats.....	<input type="checkbox"/> 1518 1
bin nicht bereit für Kinder-Online-Angebote zu bezahlen.	<input type="checkbox"/> 1517 1

INT.: LISTE F VORLEGEN!

Auf dieser Liste stehen einige Dinge, die Sie für **Ihr Kind** kaufen könnten. Sagen Sie mir bitte zu jedem, ob es für **Ihr Kind** wichtig ist, eine bestimmte Marke zu bekommen, oder ob es **Ihrem Kind** egal ist, welche Marke das ist.

Wie ist das bei ... (PRODUKT AUS LISTE NENNEN)?

Würde sich **Ihr Kind** da eine bestimmte Marke wünschen, oder ist es ihm egal?

	Marke wichtig	Marke egal
MP3-Player	<input type="checkbox"/> 1272 1	<input type="checkbox"/> 2
Spielsachen	<input type="checkbox"/> 1273 1	<input type="checkbox"/> 2
Schulsachen, Stifte, Füller	<input type="checkbox"/> 1274 1	<input type="checkbox"/> 2
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	<input type="checkbox"/> 1275 1	<input type="checkbox"/> 2
Armbanduhr	<input type="checkbox"/> 1276 1	<input type="checkbox"/> 2
Handy	<input type="checkbox"/> 1277 1	<input type="checkbox"/> 2
Bekleidung, Jeans	<input type="checkbox"/> 1278 1	<input type="checkbox"/> 2
Sportschuhe	<input type="checkbox"/> 1279 1	<input type="checkbox"/> 2
sonstige Schuhe	<input type="checkbox"/> 1280 1	<input type="checkbox"/> 2
Getränke (z.B.: Limonade, Cola, Fruchtsaft)	<input type="checkbox"/> 1281 1	<input type="checkbox"/> 2
Milchmixgetränke, Kakaogetränke	<input type="checkbox"/> 1282 1	<input type="checkbox"/> 2
Ketchup	<input type="checkbox"/> 1286 1	<input type="checkbox"/> 2
Cornflakes, Fertig-Müsli	<input type="checkbox"/> 1287 1	<input type="checkbox"/> 2
Joghurt	<input type="checkbox"/> 1299 1	<input type="checkbox"/> 2
Quark	<input type="checkbox"/> 1300 1	<input type="checkbox"/> 2
Pudding	<input type="checkbox"/> 1301 1	<input type="checkbox"/> 2
süße Brotaufstriche (z.B.: Nutella, Honig, Marmelade) ...	<input type="checkbox"/> 1289 1	<input type="checkbox"/> 2
Eis	<input type="checkbox"/> 1290 1	<input type="checkbox"/> 2
Kekse	<input type="checkbox"/> 1291 1	<input type="checkbox"/> 2
Schokolade, Schokoriegel	<input type="checkbox"/> 1302 1	<input type="checkbox"/> 2
Bonbons	<input type="checkbox"/> 1294 1	<input type="checkbox"/> 2
Lollies, Lutscher	<input type="checkbox"/> 1295 1	<input type="checkbox"/> 2
Fruchtgummi	<input type="checkbox"/> 1296 1	<input type="checkbox"/> 2
Kaugummi	<input type="checkbox"/> 1297 1	<input type="checkbox"/> 2
salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse	<input type="checkbox"/> 1298 1	<input type="checkbox"/> 2

48

INT.: LISTE F VORLEGEN!

Wenn sich **Ihr Kind** eine bestimmte Marke von diesen Produkten wünscht, bekommt es diese dann meistens? Bitte nennen Sie mir alle die Produkte, bei denen der Markenwunsch meistens erfüllt wird oder erfüllt würde.

- MP3-Player 1565
1
- Spielsachen 1566
1
- Schulsachen, Stifte, Füller 1567
1
- Taschen, Ranzen, Rucksäcke 1568
1
- Armbanduhr 1569
1
- Handy 1570
1
- Bekleidung, Jeans 1571
1
- Sportschuhe 1572
1
- sonstige Schuhe 1573
1
- Getränke (z.B.: Limonade, Cola, Fruchtsaft) 1574
1
- Milchmixgetränke, Kakaogetränke 1575
1
- Ketchup 1579
1
- Cornflakes, Fertig-Müsli 1580
1
- Joghurt 1592
1
- Quark 1593
1
- Pudding 1594
1
- süße Brotaufstriche (z.B.: Nutella, Honig, Marmelade) ... 1582
1
- Eis 1583
1
- Kekse 1584
1
- Schokolade, Schokoriegel 1595
1
- Bonbons 1587
1
- Lollies, Lutscher 1588
1
- Fruchtgummi 1589
1
- Kaugummi 1590
1
- salzige Knabberartikel, Chips, Nüsse 1591
1
- nichts davon/ keine Angabe 1596
9

49

Hat **Ihr Kind** ein eigenes Sparbuch oder Girokonto?

- Sparbuch 1398
1
- Girokonto 1399
1
- weder Sparbuch noch Girokonto .. 1400
1

➔ 50

50

FALLS KIND EIN EIGENES SPARBUCH BESITZT:

Wie viel Euro sind zur Zeit ungefähr auf diesem Sparbuch?

INT.: GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENENFALLS RUNDEN! KEINE ANGABE = 99.

Betrag 1409-1413

51 Wie viel Euro haben Sie in den letzten 12 Monaten schätzungsweise für ... (*EINZELN ABFRAGEN*) für **Ihr Kind** ausgegeben?

*INT.: EINZELN ABFRAGEN UND GENANNTEN BETRAG IN EURO EINTRAGEN, GEGEBENENFALLS RUNDEN!
KEINE ANGABE = 99.*

klassische Spielsachen 1430-1433
 elektronische Spielsachen (z.B.: Spiel- und Lernsoftware für den PC, Spielekonsolen, Handspielgeräte) 1434-1437
 Bekleidung, Schuhe 1426-1429

55 Gibt es in Ihrem Haushalt eine Spielekonsole, die von der ganzen Familie genutzt werden kann?

ja 1538 **→ 56**
 nein 2 **→ 57**

56 Und was für eine Spielekonsole ist das?
INT.: MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

PlayStation 3 1539
 PlayStation 2 1540
 Wii 1541
 Xbox 1542
 andere Spielekonsole 1543

57 Was darf denn **Ihr Kind** alles und wie oft?
 Darf es das immer, fast immer, oft, selten oder nie?
 Wie oft darf **Ihr Kind** ... ?

	immer, fast immer	oft	selten	nie
sein Taschengeld ganz selbständig ausgeben	<input type="checkbox"/> 1547 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
sich so kleiden, wie es ihm gefällt	<input type="checkbox"/> 1550 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
selbst bestimmen, wie sein Zimmer eingerichtet ist	<input type="checkbox"/> 1553 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

58 *INT.: LISTE G VORLEGEN!*
 Auf dieser Liste stehen verschiedene Dinge, die Sie für **Ihr Kind** kaufen könnten.
 Wen fragen Sie hauptsächlich bzw. wo informieren Sie sich, wenn Sie für **Ihr Kind** diese Dinge einkaufen wollen?

INT.: MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH.

	Befragter informiert sich ...					
	beim Kind selbst	beim Ehe-/ Lebens- partner	bei anderen Familien- mitgliedern/ Freunden und Bekanntem	im Geschäft	in der Werbung	nichts davon/ wird nicht gekauft
Bekleidung	<input type="checkbox"/> 1601 1	<input type="checkbox"/> 1602 1	<input type="checkbox"/> 1603 1	<input type="checkbox"/> 1604 1	<input type="checkbox"/> 1605 1	<input type="checkbox"/> 1641 1
Schuhe	<input type="checkbox"/> 1606 1	<input type="checkbox"/> 1607 1	<input type="checkbox"/> 1608 1	<input type="checkbox"/> 1609 1	<input type="checkbox"/> 1610 1	<input type="checkbox"/> 1642 1
Lebensmittel	<input type="checkbox"/> 1611 1	<input type="checkbox"/> 1612 1	<input type="checkbox"/> 1613 1	<input type="checkbox"/> 1614 1	<input type="checkbox"/> 1615 1	<input type="checkbox"/> 1643 1
Computer-/ Konsolenspiele	<input type="checkbox"/> 1616 1	<input type="checkbox"/> 1617 1	<input type="checkbox"/> 1618 1	<input type="checkbox"/> 1619 1	<input type="checkbox"/> 1620 1	<input type="checkbox"/> 1644 1
klassisches Spielzeug	<input type="checkbox"/> 1621 1	<input type="checkbox"/> 1622 1	<input type="checkbox"/> 1623 1	<input type="checkbox"/> 1624 1	<input type="checkbox"/> 1625 1	<input type="checkbox"/> 1645 1
Sportausrüstung	<input type="checkbox"/> 1626 1	<input type="checkbox"/> 1627 1	<input type="checkbox"/> 1628 1	<input type="checkbox"/> 1629 1	<input type="checkbox"/> 1630 1	<input type="checkbox"/> 1646 1
Körperpflege, Kosmetik	<input type="checkbox"/> 1636 1	<input type="checkbox"/> 1637 1	<input type="checkbox"/> 1638 1	<input type="checkbox"/> 1639 1	<input type="checkbox"/> 1640 1	<input type="checkbox"/> 1647 1

60 In welchem Verhältnis stehen Sie zu **dem Kind**?

Sind Sie:
 die Mutter 100
 der Vater 2
 andere erziehungsberechtigte Person 3

61 Sind Sie alleinerziehend?

ja 101
 nein 2

62 Wie alt sind Sie?
INT.: BITTE ALTER EINGEBEN!

Alter 110-111

63 Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt? Zählen Sie sich selbst auch mit.
INT.: BITTE ANZAHL EINGEBEN!

Personen im Haushalt insgesamt 121-122
 2 Personen 123
 3 Personen 3
 4 Personen 4
 5 Personen und mehr 5

64 Bitte sagen Sie mir, wie viele der Personen in Ihrem Haushalt zu der Altersklasse ... (*EINZELN ABFRAGEN*) gehören. Geben Sie bitte auch an, wie viele Personen davon männlich bzw. weiblich sind.

INT.: BITTE VERTEILEN SIE DIE PERSONEN IM HAUSHALT AUF DIE ALTERSKLASSEN! DAS KÄSTCHEN KANN LEER BLEIBEN, FALLS KEINE PERSON VORHANDEN IST.

	Anzahl		Geschlecht	
	Personen		männlich	weiblich
0 bis 3 Jahre	<input type="text"/>	132-133	<input type="text"/>	134-135 136-137
4 bis 5 Jahre	<input type="text"/>	138-139	<input type="text"/>	140-141 142-143
6 bis 9 Jahre	<input type="text"/>	144-145	<input type="text"/>	146-147 148-149
10 bis 13 Jahre	<input type="text"/>	150-151	<input type="text"/>	152-153 154-155
14 bis 17 Jahre	<input type="text"/>	156-157	<input type="text"/>	158-159 160-161
18 Jahre und älter	<input type="text"/>	162-163	<input type="text"/>	164-165 166-167

Übercode Geschwister

	Insgesamt	Brüder	Schwestern
Eins.....	<input type="checkbox"/> 129 1	<input type="checkbox"/> 130 1	<input type="checkbox"/> 131 1
Zwei	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 2
Drei und mehr	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 3
Keine	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 0

66 Sind Sie selbst der Hauptverdiener hier im Haushalt, also der- oder diejenige, der/ die am meisten verdient?

ja, ich bin der Hauptverdiener..... 177
 nein 2

67 In den folgenden drei Fragen geht es nur um den Hauptverdiener.
 Welche Schulbildung hat der Hauptverdiener, bzw. welche Schule hat er zuletzt besucht?

Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule ohne abgeschlossene Lehre/ Berufsausbildung 1¹⁸⁷

Volks-/ Grund-/ Haupt-/ 8-klassige Schule mit abgeschlossener Lehre/ Berufsausbildung 2

Weiterführende Schule wie Mittel-/ Real-/ Handels-/ Fach-/ 10-klassige Oberschule ohne Abitur ... 3

Abitur/ Hochschulreife/ 12-klassige Oberschule 4

Universität, Hochschule, Akademie, Fachhochschule einschließlich Technikum 5

keine Angabe 9

68 Ist der Hauptverdiener berufstätig?

voll berufstätig 1¹⁸⁸

teilweise berufstätig, teilbeschäftigt 2

zurzeit in Kurzarbeit 3

zurzeit arbeitslos 4

Rentner, Pensionär 5

in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student 6

nicht berufstätig 7

keine Angabe 9

69 Welcher Berufsgruppe gehört der Hauptverdiener an, bzw. - falls dieser nicht mehr berufstätig ist - welcher gehörte er an?

Selbständiger mit bis zu 5 Beschäftigten 1¹⁸⁹⁻¹⁹⁰

Selbständiger mit 6 bis 9 Beschäftigten 2

Selbständiger mit 10 bis 49 Beschäftigten 3

Selbständiger mit 50 und mehr Beschäftigten 4

Selbständiger Landwirt 5

Freie Berufe: Arzt, Architekt usw. 6

Einfacher Angestellter 7

Mittlerer Angestellter 8

Qualifizierter Angestellter 9

Leitender Angestellter 10

Beamter: einfacher Dienst 11

Beamter: mittlerer Dienst 12

Beamter: gehobener Dienst 13

Beamter: höherer Dienst 14

Arbeiter: einfache Arbeiten 15

Arbeiter: schwierige Arbeiten 16

Fach-/ Vorarbeiter, Polier, Handwerksgeselle 17

keine Angabe 99

70 Wie wohnen Sie hier?

- zur Untermiete ¹⁹¹₁
in einer Mietwohnung ₂
in einem gemieteten Ein-/ Zweifamilienhaus ₃
in einer Eigentumswohnung ₄
im eigenen Haus ₅

71 Hat **Ihr Kind** ein eigenes Zimmer für sich allein?

- ja ²⁰¹₁
nein ₂

72 Wie viele Personen im Haushalt haben ein eigenes Einkommen?
Das heißt: Wie viele Personen verdienen selbst oder haben ein Einkommen aus Renten, Pensionen, Mieten, Pacht, Wertpapieren und dergleichen?

- 1 Person ²³⁵₁
2 Personen ₂
3 Personen und mehr ₃
keine Angabe ₉

73 *INT.: LISTE G VORLEGEN!*

Wenn Sie einmal alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann in etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen hier im Haushalt haben, nach Abzug der Steuern und der Sozialversicherung? Sie brauchen mir nur den jeweiligen Buchstaben auf dieser Liste zu nennen.

- A** unter 1.000 Euro ²³⁶₁
B 1.000 bis unter 1.500 Euro ₂
C 1.500 bis unter 2.000 Euro ₃
D 2.000 bis unter 2.500 Euro ₄
E 2.500 bis unter 3.000 Euro ₅
F 3.000 bis unter 3.500 Euro ₆
G 3.500 bis unter 4.000 Euro ₇
H 4.000 Euro und mehr ₈
keine Angabe ₉

74 Sagen Sie mir bitte, ob die folgenden Aussagen zutreffen.

- | | ja | nein | keine Angabe |
|--|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------|
| Vater/ Erziehungsberechtigter des Kindes ist in Deutschland geboren <input type="checkbox"/> ²⁴⁶ ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| Mutter/ Erziehungsberechtigte des Kindes ist in Deutschland geboren <input type="checkbox"/> ²⁴⁷ ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₉ | |
| Das Kind ist in Deutschland geboren <input type="checkbox"/> ²⁴⁸ ₁ | <input type="checkbox"/> ₂ | <input type="checkbox"/> ₉ | |

STICHWORTVERZEICHNIS

Stichwort	Seite
Accessoires	38, 39
Abenteurpuppen/Action-Figuren	54, 73
Affinität	15-18, 20, 22
Aktionsfreiräume	42, 68
Armbanduhr	43, 44, 54, 69, 73
Ausgaben für Kinder	52, 60, 61, 76
Auto, Kauf eines neuen	44
Ballett	53
Bastelkästen	53, 54, 73
Basteln	53, 72
Bekleidung	38, 39, 43-45, 58, 61, 68, 69, 75, 76
Besitz	52, 54-56, 59, 73, 74
Besitzwunsch	52, 54-56, 59, 73, 74
Bonbons	43, 44, 49, 53, 69, 70
Brettspiele, Kartenspiele	53, 54, 58, 72, 73,
Brotaufstriche, süße	43, 44, 49, 69, 70
Bücher	39, 53, 58, 67, 72, 75
CDs	39, 53, 58, 67, 72, 75
Chatten, Chats	56-58, 75
Chips	39, 43, 44, 49, 69
Computer / -zubehör	38, 44, 53, 55, 56, 74, 75
Computerspiele	38, 44, 53, 55, 58, 75
Cornflakes, Cerealien	43, 44, 48, 49, 69, 70
Dekorative Kosmetik	39, 50
Deomittel	50
Digitalkamera	43, 44, 73
Downloads	56-58, 75
Düfte/Parfums	50
Duschgel/-creme	50, 71
DVD-Player	55, 74
DVDs, Videofilme	53, 56, 58, 75
Einfluss der Kids	44
Einkaufen	42, 53, 58, 75
Eis	39, 43, 44, 67, 69, 70
Elektrische Autos/Rennbahn/Flugzeuge	54, 73
Elektrische Eisenbahn/Modelleisenbahn	53, 54
E-Mails	56, 73
Erfrischungsgetränke, Getränke	39, 43, 44, 48, 49, 69, 70
Experimentierkästen	53, 54, 69, 73
Fahrrad/Mountain Bike	53, 54, 73
Fast-Food/-Restaurants	39, 42
Ferien/-aufenthalte, Urlaub, Reisen	44, 58, 75
Fernsehapparat, fernsehen, TV-Sendungen	32, 46, 53, 55, 72, 75
Festvertrag (Handy)	60

Stichwort	Seite
Fischstäbchen	49, 70
Food-Produkte, Erfüllung Markenwunsch	44, 69
Food-Produkte, Konsumhäufigkeit	48, 49, 70
Food-Produkte, Markenbewusstsein	43, 69
Fotografieren	59
Freizeitaktivitäten	52, 53, 72
Freizeitparks	44
Freunde	53, 72
Fruchtgummi	43, 44, 49, 69, 70
Fruchtsäfte	43, 44, 49, 69, 70
Frühstücksprodukte	43, 44, 48, 49, 69, 70
Fußball spielen	53
Game Boy	38, 53, 55, 74
Geld	33-39, 42, 58, 61, 67, 68, 76
Geldgeschenke, Geburtstag/Weihnachten/Ostern	36, 67
Gesichtscreme, -lotion	50, 71
Gespartes Geld	37, 67
Getränke	39, 43, 44, 49, 67, 69, 70
Gewinnspiele	46, 57
Girokonto	37, 67
Guthabekarte (Handy)	60
Haarstyling-Produkte	50
Haarshampoo	50, 71
Haarspülungen	50
Handy	38, 39, 43, 44, 59, 60, 69, 75
Haushaltsmerkmale	27-29, 63, 64
Haushaltsnettoeinkommen	28, 29, 63, 64
Hörspiele, Hörbücher	53, 55, 72, 75
Honig	49, 69, 70
Informationsquellen der Eltern	45, 68
Inline Skates/ Skateboard	53
Internet	32, 42, 46, 56-59, 65, 74, 75
Jeans	43, 44, 69
Joghurt	43, 44, 49, 69, 70
Käse/Streichkäse	49, 69, 70
Kakao/-getränke	43, 44, 49, 69, 70
Kaugummi	39, 43, 44, 49, 67, 69, 70
Kekse/Süßgebäck	39, 43, 44, 49, 67, 69, 70
Ketchup	43, 44, 69
Kino	39, 53, 67
Klingeltöne (Handy)	59
Knabberartikel, salzige	39, 43, 44, 49, 69, 70
Körpercreme/-lotion	50, 71
Körperpflege/Kosmetik	39, 50, 68, 71
Konfitüre, Marmelade	43, 44, 49, 69, 70

Stichwort	Seite
Konsolenspiele/-spielgeräte	38, 53, 55, 74, 75
Konsumhäufigkeit	47, 48, 70
Laptop	38, 53, 55, 56, 74, 75
Lebensmittel	42-45, 48-50, 68-70
Leser Kindermagazine	8-13, 23-25
Logos (Handy)	59
Limonade/Cola-Getränke	43, 44, 49, 69, 70
Lutscher, Lollies	43, 44, 49, 69, 70
Malen, zeichnen	53, 72
Markenbewusstsein	43, 69
Markenwunsch, Erfüllung	44, 69
Medien	8-25, 31, 32, 46,
Medien	53, 65, 66, 72, 74
Medienakzeptanz	32, 66
Milch, -mixgetränke, -produkte	43, 44, 48, 49, 69-70
Mineralwasser	36, 70
Modellbau	53, 54, 73
Monatliche Geldbezüge	35, 67
MP3-Player	43, 44, 55, 69, 74
Müsli, Müsliriegel	43, 44, 49, 69, 70
Musik, Musik-CDs	39, 53, 56, 59, 67,
Musik, Musik-CDs	72, 75
Musikanlage	55, 74
Nachspeisen	48, 70
Nintendo DS	38, 53, 55, 74
Non-Food-Produkte, Erfüllung Markenwunsch	44
Non-Food-Produkte, Markenbewusstsein	43, 69
Nuss-Nugat-Creme	49, 69, 70
Nutzungshäufigkeit (Internet, Handy)	56, 59, 75
Online-Spiele	56, 75
Online-Bildungs-/Unterhaltungsangebote	58, 75
Pickel, Produkte gegen	50
Plastik-Modellflugzeug, -boot, -auto	54, 73
Playstation	38, 53, 55, 74
Plüschtiere	73
PSP	38, 53, 55, 74
Pudding	43, 44, 69, 70
Puppen, Anziehpuppen	43, 44, 53, 72
Puzzle, puzzeln	43, 44, 53, 72, 73
Quark	43, 44, 49, 69, 70
Radfahren, biken	53, 72
Radio	46
Rangreihen	14-22
Ranzen, Rucksäcke	43, 44
Reisen, Urlaub, Ferienaufenthalte	44, 58, 75
Reiten	53
Saftschorle (Fruchtsaftschorle)	49, 70
Sammelkarten	39, 53, 67

Stichwort	Seite
Schaumbad	50, 71
Schokolade	43, 44, 49, 69, 70
Schokoriegel/-waffeln	43, 44, 49, 69, 70
Schuhe	43-45, 61, 68, 69, 76
Schulbesuch	28, 29
Schulsachen/Schulbedarf	39, 43, 44, 69
Schwimmen	53
Selbstständigkeit	42, 68
Shoppen, einkaufen	42, 53, 58, 75
Skateboard/Inline Skates	53
SMS	59
Soziodemografie	27-29, 63
Sparbuch	37, 38, 67
Sparziele	38
Spiele/Spielzeug/Spielsachen	38, 39, 43-45, 53, 54, 56, 58,
Spiele/Spielzeug/Spielsachen	59, 67-69, 75, 76
Spielekonsolen	38, 45, 53, 55, 74, 75
Spielkästen	43, 44, 53, 72, 73
Sport (im Verein)	53
Sportgeräte/-ausrüstung	38, 45, 53, 54, 68
Sportschuhe	43, 44, 69
Sticker	39, 53, 67
Stofftiere	43, 44, 53, 72, 73
Streichkäse/Käse	49, 69, 70
Süßwaren, Süßigkeiten	39, 42-44, 48, 49, 67, 70
Surfen (Internet)	42, 56
Tanzen	53
Taschen, Ranzen, Rucksäcke	43, 44, 69
Taschengeld	33, 35, 42, 67, 68
Tausender-Kontakt-Preis	14-22
Telefonieren	59
Tiere	38, 39, 53
Turnen	53
Unterhaltungselektronik	38, 43, 44, 46, 53, 55, 72, 74
Urlaub, Urlaubsort, Ferien	44, 58, 75
Verwendungshäufigkeit	50, 71
Werbung	45, 46, 68
Wii	38, 53, 55, 74
Wohnverhältnisse	28, 29, 63
Würstchen, Wurst	49, 70
Xbox	38, 53, 55, 74
Zahnpasta	50, 71
Zeitschriften/Magazine/Comics	8-26, 39, 46, 53, 65, 67
Zielgruppe 4-5 Jahre	12, 13, 21, 22, 63-76
Zielgruppe 6-13 Jahre	8, 9, 14-18, 26-61
Zielgruppe 4-13 Jahre	10, 11, 19, 20
Zimmer des Kindes	27, 42, 68

IMPRESSUM

KidsVerbraucherAnalyse 2011

Herausgeber:

Egmont Ehapa Verlag GmbH, Berlin

Konzeption:

Egmont Ehapa Verlag GmbH

verantwortlich: Ralf Bauer

Regie, Organisation und methodische Verantwortung:

Czaia Marktforschung GmbH, Bremen

Immediate Software GmbH, Bremen

Durchführung der Untersuchung:

Enigma GfK Medien- und Marketingforschung GmbH, Wiesbaden

Krämer Marktforschung GmbH, Münster

Schutzgebühr:

159,- Euro exkl. MwSt.

Angaben aus der Studie müssen mit der Quellenangabe
"KidsVA 2011, Egmont Ehapa Verlag" versehen werden

Ihre Ansprechpartner:

Geschäftsleitung:

Ingo Höhn
Telefon 030 / 2 40 08-115
i.hoehn@egmont.de

Egmont Ehapa Verlag GmbH
Wallstraße 59
10179 Berlin
Telefon 030 / 2 40 08 -100
Telefax 030 / 2 40 08 -199
www.egmont-mediasolutions.de

Markt- und Mediaforschung:

Ralf Bauer
Telefon 030 / 2 40 08-118
r.bauer@egmont.de

Die Verlagsrepräsentanten:

Nielsen I

Egmont MediaSolutions
Gösta Ahrweiler
Am Vogelberg 13
21493 Basthorst
Telefon 04159 / 81 07 22
Telefax 04159 / 825 61 95
g.ahrweiler@egmont.de

Nielsen IIIa

Verlagsbüro Krimmer
Alfred Gerczikow
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt
Telefon 069 / 53 09 08 0
Telefax 069 / 53 09 08 50
frankfurt@krimmer.com

Nielsen IV

Schaible MedienPartner
Martin Schaible
Stievestraße 16
80638 München
Telefon 089 / 17 30 07 0
Telefax 089 / 17 30 07 70
bayern@medienpartner.net

Nielsen II

Schaible & Paßmann
MedienPartner GmbH
Andreas Paßmann
Großenbaumer Weg 8
40472 Düsseldorf
Telefon 0211 / 542181 0
Telefax 0211 / 542181 70
nrw@medienpartner.net

Nielsen IIIb

Bischofberger & Schaible
MedienPartner
Steffen Bischofberger
Birkenwaldstraße 42B
70191 Stuttgart
Telefon 0711 / 25 94 34 3
Telefax 0711 / 25 94 34 44
bawue@medienpartner.net

Nielsen V, VI, VII

Verlagsbüro Krimmer
Ralf Hünninghaus
Bülowstraße 66
10783 Berlin
Telefon 030 / 89 38 27 0
Telefax 030 / 89 38 27 33
berlin@krimmer.com

Die Kompetenz im jungen Markt



Die Kompetenz im jungen Markt

