

Egmont Ehapa Verlag GmbH

KidsVerbraucherAnalyse 2008

12.08.2008 - 12:00 Uhr, Egmont Ehapa Verlag GmbH

Berlin (ots) - Seit 15 Jahren liefert die KidsVerbraucherAnalyse (KidsVA) detaillierte Informationen zum Medien- und Konsumverhalten der Kinder und Jugendlichen im Alter von 6 bis 13 Jahren und hat sich in dieser Zeit als Deutschlands wichtigste Studie für diese Altersgruppe etabliert.

Besonders im Bereich der elektronischen Medien ist die Entwicklung rasant verlaufen und hat nicht nur in der modernen Arbeitswelt das Leben der Menschen grundlegend verändert. Die KidsVA stellt fest, dass der Umgang mit dem PC schon in jungen Jahren immer selbstverständlicher wird: Über 70 Prozent der Kinder geben inzwischen an, in ihrer Freizeit zumindest ab und zu vor dem Computer zu sitzen, um daran zu spielen oder zu arbeiten. 3,1 Millionen Kinder, das sind über die Hälfte der 6- bis 13-Jährigen, gehen inzwischen außerdem ins Internet.

Wie die Studie aber auch belegt, bleibt Lesen eine feste Größe in der Freizeit vieler Kinder. Zeitschriften (86 Prozent) sowie Bücher (79 Prozent) werden weiterhin gerne verschlungen. Die 40 abgefragten Kindermagazine erreichen regelmäßig vier Millionen junge Leser. Die Top 3-Titel sind das Micky Maus-Magazin (Egmont Ehapa Verlag) mit 644.616 Lesern, gefolgt von Disney`s Lustiges Taschenbuch (Egmont Ehapa Verlag) mit 360.549 Lesern und Geolino (Gruner + Jahr) mit 326.479 Lesern.

Ingo Höhn, Geschäftsleiter Anzeigen beim Egmont Ehapa Verlag: "Kinder sind wirklich multimedial unterwegs. Obwohl die elektronischen Medien an Bedeutung gewinnen, konnten auch die Kinderzeitschriften wiederum zusätzliche junge Leser gewinnen."

Finanziell sind die jungen Konsumenten gut ausgestattet: Hochgerechnet 2,6 Milliarden Euro an Taschengeld und Geldgeschenken kommen jährlich zusammen, die bevorzugt für Süßwaren, Zeitschriften und Eis ausgegeben werden. Weitere 3,8 Milliarden Euro liegen auf ihren Sparkonten. "Diese Ergebnisse belegen die große Bedeutung von Kindern als Kunden der Gegenwart und Zukunft", sagt Ingo Höhn.

Dank weiter zunehmender Entscheidungsfreiräume können die Kinder über ihre Gelder weitgehend frei verfügen. Dabei spielen Marken eine ausgeprägte Rolle in ihrem täglichen Leben.

Die KidsVA bietet außerdem eine Fülle an Informationen zu den Eltern, die versuchen ihre Kinder zwischen Nintendo und Playmobil, Handy und Micky Maus-Magazin zu erziehen. Trotz der zunehmend gewährten Freiheiten werden auch klare Grenzen gezogen: So bleibt das eigene Handy für die meisten Kinder unter 10 Jahren bislang ein unerfüllter Wunsch und auch das Internet wird von den Erziehungsberechtigten mit kritischen Augen gesehen. Elterliche Kontrolle, Regelungen und Einschränkungen sollen die Kinder vor möglichen Gefahren im Netz schützen.

Die KidsVA ist mit über 1.600 Interviews repräsentativ für 5,73 Millionen deutsche Kinder im Alter von 6-13 Jahren. Sie wird für die Marketing- und Werbeplanung junger Zielgruppen genutzt und bietet eine Fülle an Ergebnissen für die unterschiedlichsten Forschungsinteressen.

Der Berichtsband zur KidsVA 2008 kann gegen eine Schutzgebühr von 49 Euro unter www.ehapa-media.de bestellt werden.

Kontakte:

Ralf Bauer, Leiter Markt-/Mediaforschung, Egmont Ehapa Verlag
Tel. (030) 24 008 - 118, E-Mail: r.bauer@ehapa.de

Ingo Höhn, Geschäftsleiter Anzeigen, Egmont Ehapa Verlag
Tel. (030) 24 008 - 100, E-Mail: i.hoehn@ehapa.de

Nadja Vogt, Leitung Anzeigenmarketing/-PR, Egmont Ehapa Verlag
Tel. (030) 24 008- 113, E-Mail: n.vogt@ehapa.de

Originaltext:

Egmont Ehapa Verlag GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/8146/egmont-ehapa-verlag-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_8146.rss2