



2003

KidsVerbraucherAnalyse 2003

Kinder-Zielgruppen
6 bis 12 Jahre

Jugend-Zielgruppen
13 bis 19 Jahre



KidsVerbraucherAnalyse
Die Markt- / Mediastudie für junge Zielgruppen



EGMONT EHAPA



VERLAGSGRUPPE

axel springer 



2003

**Herausgeber
& Nutzerverlage**



**EGMONT EHAPA Verlag GmbH
Axel Springer Verlag AG
Bauer Verlagsgruppe**

Nutzerverlage

Gruener + Jahr AG & Co.

HUG-Verlag AG

Panini Verlags GmbH

Verlagsgruppe Lübbe GmbH & Co. KG

Verlagsunion Pabel-Moewig KG



EGMONT EHAPA



BAUER
VERLAGSGRUPPE

axel springer 



2003

Grundgesamtheit



Kinder / Jugendliche 6 bis 19 Jahre in deutschen Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland

11,28 Millionen Personen

Mädchen: 5,48 Mio.

Jungen: 5,80 Mio.

6 bis 12 Jahre: 5,38 Mio.

13 bis 19 Jahre: 5,90 Mio.



EGMONT EHAPA



VERLAGSGRUPPE

axel springer 



2003

Untersuchungstyp / -merkmale

Katjes Fruchtgummi	16,9	15,9	17,9	14,6	10,5	16,1
Katjes Lakritze	16,3	16,1	16,4	13,3	16,2	19,1
Kinder Em-eukal	14,3			16,4	15,0	12,4
Kinder Schoko-Bons	39,7			49,0	44,1	26,6
Kinder Überraschung				7,3	47,6	29,2
K & M's		10,5				31,2
Lamba Kaubonbons			35,3		26,3	17,1
Lacram Kaubonbons		34,0			36,6	27,6
Lentos Kaubonbons		33,4		36,4	24,1	28,8
Merici Crocant/Merici Pur					12,4	14,4
Mini-Dickmann's		23,2	22,1		17,4	27,2
Minim 2					7,7	32,1
Minim 2 Lachgummi	1,5	10,2	12,8			15,4
EZ	1,0	20,9	21,2		6	8,3
Neslen/ Riesen Erdnuss					9	32,5
Recher	24,1	22,2	26,1		9	31,8
Marties					5	20,1
Super Dickmann's	1,1	29,9	32,4		0	33,3
St. Tac	5,4	37,0	33,7		4	25,5
St. Mfee					5,3	42,2
Werther's Original	7	26,2	27,9		19,3	20,2
Wick					12,5	16,5
Wrigley's Extra für Kinder		33,5	36,2		26,9	20,4
Wrigley's Marken		18,6	18,1		2,9	5,2
Wrigley's						
Wrigley's ABC Russisch Brot		12,5	10,8		23,3	20,2
Wrigley's Choco Friends				13,9	10,9	14,4
Wrigley's Hit				26,6	26,1	19,2
Wrigley's Messina	8,8	16,5	16,8	13,2	18,0	18,3
Wrigley's Teddy	13,4	13,8	12,9	19,1	13,7	7,6
Wrigley's Zoo	18,5	15,4	21,8	29,3	16,1	11,0
Wrigley's Zuckerpfeife	14,8	15,0	14,2	15,3	13,0	15,5
Wrigley's Zuckerpfeife	54,1	53,9	54,4	58,8	56,3	47,5

Repräsentative Markt-Media-Studie auf Basis von 2.643 auswertbaren Interviews.

Umfangreicher sozio-demografischer Aufriss nach

- Alter und Geschlecht, Schulbesuch, Anzahl der Geschwister
- Bundesländern und Stadtregionen
- Personenmerkmalen des Hauptverdieners
- Haushaltseinkommen und generellem Status



EGMONT EHAPA



VERLAGSGRUPPE

axel springer



2003

Befragungs- Programm

Kinder / Jugendliche
6 bis 19 Jahre
und deren Eltern



Leseverhalten Kids / Jugendliche und mitlesende Eltern für 34 Zeitschriften,

Produktverwendung für 289 Food- und 194 Nonfood-Marken,

Konsumhäufigkeit, Markenbewusstsein, -durchsetzung und -einfluss in allen relevanten Lebensmittel-Segmenten,

Besitz und Wunsch für 44 Produktbereiche:
von Handy und PC bis Bekleidung und Spielzeug,

Einfluss der Kids / Jugendlichen auf die Markenwahl für Unterhaltungselektronik, Urlaub, Auto, Freizeitparks,

Informationsquellen der Eltern beim Einkauf für ihre Töchter / Söhne,

PC- und Internet- und andere Freizeit-Tätigkeiten,

Urlaub – Zielländer und Urlaubsgestaltung,

Finanzen der Kids / Jugendlichen: Taschengeld / -verwendung, Geldgeschenke, Sparverhalten und Sparziele.



EGMONT EHAPA



BAUER
VERLAGSGRUPPE

axel springer

