

## KIDS-Verbraucher-Analyse 2008

### [Erziehung: Eltern geben mehr Geld aus](#)

FOCUS Online - 12. Aug. 2008

Das geht aus der **Kids-Verbraucher-Analyse 2008** hervor, die am Dienstag in Berlin vorgestellt wurde. Trotz gestiegener Kosten in vielen Bereichen seien die ...

[Am Nachwuchs wird zuletzt gespart](#) Kölnische Rundschau

[Studie: Eltern geben mehr Geld aus - Kinder nutzen PC und Internet](#) Digitalfernsehen.de  
[und 22 ähnliche Artikel »](#)

Url: [http://www.focus.de/schule/familie/erziehung/erziehung-eltern-geben-mehr-geld-aus-aid\\_324334.html](http://www.focus.de/schule/familie/erziehung/erziehung-eltern-geben-mehr-geld-aus-aid_324334.html)

12.08.08, 17:38

[Drucken](#)

## Erziehung

### [Eltern geben mehr Geld aus](#)

Für ihre Kinder greifen die meisten Eltern in Deutschland immer tiefer in die Tasche. Vor allem für Markenkleidung und Taschengeld geben Mütter und Väter mehr Geld aus als je zuvor.



Eltern geben für ihre Sprösslinge immer mehr Geld aus

Deutschlands junge Konsumenten sind finanziell gut ausgestattet: Jedes Kind zwischen sechs und 13 Jahren verfügt über ein Vermögen von rund 1070 Euro im Jahr. Das geht aus der Kids-Verbraucher-Analyse 2008 hervor, die am Dienstag in Berlin vorgestellt wurde. Trotz gestiegener Kosten in vielen Bereichen seien die Eltern bereit, für ihren Nachwuchs tief in die Tasche zu greifen, sagte Ingo Höhn, Geschäftsleiter Anzeigen beim Egmont Ehapa Verlag, dem Auftraggeber der Studie. Die insgesamt 5,73 Millionen Kinder der untersuchten Altersgruppe verfügen danach über ein Vermögen von 6,4 Millionen Euro

Während Sechs- bis 13-Jährige aus Haushalten mit mehr als 3500 Euro Nettoeinkommen inzwischen 562 Euro bekommen, müssen ihre Altersgenossen aus weniger finanzkräftigen Familien mit weniger als der Hälfte (273 Euro) auskommen. Über das monatliche Taschengeld von durchschnittlich 23,30 Euro dürfen 56 Prozent der Kinder bereits frei verfügen.

### **Kluft zwischen Arm und Reich**

Auch die Geldgeschenke fallen im Schnitt immer üppiger aus. Zum Geburtstag, zu Weihnachten und an Ostern bekommen Kinder insgesamt 173 Euro, vier Euro mehr als 2007. Davon legen jedoch 85 Prozent zumindest einen Teil beiseite. Das Taschengeld hingegen verwenden Kinder und Jugendliche auf Süßigkeiten, Eis oder Zeitschriften. Von den Ersparnissen gönnt sich der Nachwuchs am liebsten Handys, Kleidung, Spielzeug oder Computerzubehör.

Beim Thema Internet zeigt sich laut Studie die „digitale Einkommensschere“. 95 Prozent der Kinder aus wohlhabenderen Elternhäusern können daheim einen Computer nutzen, bei Kindern aus einkommensschwächeren Familien sind es 67 Prozent. Die meisten Eltern setzen ihren Kindern bei der Computernutzung jedoch klare Grenzen. So haben nur 18 Prozent einen PC im Kinderzimmer. Zudem geben viele Mütter und Väter dem Nachwuchs klare Zeitvorgaben für die Dauer der Computernutzung und verbieten sogar teilweise Internetchats.

### **Lieber Kicken als Klicken**

Großzügiger sind die Eltern offensichtlich bei der Unterhaltungselektronik im Kinderzimmer. So haben inzwischen 40 Prozent der Kinder eine Stereoanlage und 33 Prozent einen Fernseher. Absolute Renner sind MP3-Player, die sich inzwischen schon in jedem dritten Kinderzimmer wiederfinden.

So sehr Kinder und Jugendliche das Chatten und Surfen lieben, am liebsten verbringen sie ihre Freizeit immer noch mit Freunden. Auch Radfahren und – besonders bei den älteren Kindern – Musikhören sind beliebt. Zu den fünf beliebtesten Hobbys zählen bei Jungen zudem Fußballspielen und Computernutzen, Mädchen verbringen ihre Freizeit mit Malen oder mit der Beschäftigung mit Tieren.

Auch das Lesen bleibt eine feste Größe in der Freizeit vieler Kinder. Der Studie zufolge greifen regelmäßig rund vier Millionen Jungen und Mädchen zu Kinderzeitschriften, hinzu kommen Bücher und Magazine. Die Nutzung ist allerdings stark abhängig vom Bildungsgrad. So lesen der Studie zufolge zwar fast die Hälfte der Gymnasiasten, aber nur 20 Prozent der Hauptschüler regelmäßig Bücher. Für die Kids-Verbraucher-Analyse 2008 wurden in einer repräsentativen Stichprobe 1631 Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren und je ein Elternteil befragt.

### **[Verbraucheranalyse: Kinder sind multimedial unterwegs](#)**

Deutsche Welle - 12. Aug. 2008

Das geht aus der **Kids-Verbraucheranalyse** 2008 hervor, die der Berliner Egmont Ehapa Verlag am Dienstag (12.08.08) vorstellte. An der repräsentativen Studie, ...

### **[medienhandbuch.de | Kids VA 2008: GEOlino erzielt drittgrößte ...](#)**

medienhandbuch.de (Pressemitteilung) - 12. Aug. 2008

Laut der aktuellen **Kids Verbraucheranalyse** 2008 (**Kids VA 2008**) lesen 326.000 Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren pro Monat das Kinder- und Jugendmagazin ...

### **[Studie: Mehr Kinder im Netz](#)**

Heise Newsticker - 12. Aug. 2008

Für die **KidsVerbraucherAnalyse** 2008a wurden 1631 Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren sowie jeweils ein Erziehungsberechtigter befragt. (dpa) / (vbr/c't)

[Studie verrät: Immer mehr Kinder surfen im WWW](#) günstiger und 22 ähnliche Artikel »

### [Geht es unseren Kindern zu gut?](#)

Berliner Kurier - 12. Aug. 2008

Das besagt die **Kids-Verbraucheranalyse**, die gestern in Berlin vorgestellt wurde. Zum Geburtstag, Weihnachten und Ostern gibt's bei den meisten Kindern noch ...



### [Kids VerbraucherAnalyse 2008: Der Computer holt auf.](#)

kress.de - 12. Aug. 2008

Die aktuelle **Kids VerbraucherAnalyse** (KidsVA) aus dem Hause Egmont Ehapa gibt zunächst Entwarnung: Zeitschriften und Bücher stehen bei deutschen Kindern und ...

### [Kinder besitzen 6,4 Milliarden](#)

RP ONLINE - 12. Aug. 2008

Das geht aus der **Kids-Verbraucher-Analyse** 2008 hervor, die am Dienstag in Berlin vorgestellt wurde. Trotz gestiegener Kosten in vielen Bereichen seien die ...

[Regeln für das Taschengeld](#) Hamburger Morgenpost und 7 ähnliche Artikel »

### [Kinder können 1070 Euro im Jahr ausgeben](#)

Stuttgarter Nachrichten (Abonnement) - 12. Aug. 2008

... von Kindern als Kunden der Gegenwart und Zukunft", sagte Ingo Höhn vom Egmont Ehapa Verlag, der gestern die **Kids Verbraucheranalyse** 2008 vorstellte. ...

### [Kids-Verbraucheranalyse 2008](#)

Frankfurter Allgemeine Zeitung - 12. Aug. 2008

Das sind Ergebnisse der „**Kids-Verbraucheranalyse** 2008“, die der Egmont-Ehapa-Verlag am Dienstag in Berlin vorstellte. Für die repräsentative Studie wurden ...

### [Lauter kleine Nerds](#)

taz - 12. Aug. 2008

Dies bestätigt nun die **Kids Verbraucheranalyse** 2008. Hinter dieser Studie steckt der Egmont Ehapa Verlag, der Kinderzeitschriften und Bücher herausgibt.

## **Kids VerbraucherAnalyse 2008:**

### **Der Computer holt auf**



Die aktuelle **Kids VerbraucherAnalyse** (KidsVA) aus dem Hause **Egmont Ehapa** gibt zunächst Entwarnung: Zeitschriften und Bücher stehen bei deutschen Kindern und Jugendlichen zwischen 6 und 13 Jahren nach wie vor hoch im Kurs. Zeitschriften werden von 86% der befragten Kinder gelesen, Bücher von 79%. Die Print-Top 3 sind das "**Micky Maus Magazin**" (Egmont), "**Disney's Lustiges Taschenbuch**" (Egmont) und "**Geolino**" (**Gruner + Jahr**). 4 Mio Kinder lesen regelmäßig die 40 abgefragten Kinderzeitschriften - das sind 110.000 mehr als 2007 und entspricht einer Nettoreichweite von 70%. Doch der Computer

holt auf - der Umgang mit dem PC ist mittlerweile selbstverständlich geworden für die junge Altersgruppe. Über 70% gaben an, in ihrer Freizeit mindestens ab und zu am Rechner zu sitzen. In erster Linie wird am Computer gespielt, aber 54% nutzen bereits auch das Internet - das sind hochgerechnet 3,1 Mio Kinder. Im Internet befinden sich die jungen Mediennutzer zunächst auf Informationssuche - 85% suchen häufig für die Schule, 65% für die Freizeit. **Ingo Höhn**, Geschäftsleiter Anzeigen beim Egmont Ehapa Verlag, bleibt zuversichtlich: "Obwohl die elektronischen Medien an Bedeutung gewinnen, konnten auch die Kinderzeitschriften wiederum zusätzliche junge Leser gewinnen."

In der Freizeit wird gerne mal gezockt: 43% der 6- bis 9-Jährigen und 56% der 10- bis 13-Jährigen besitzen Handspielgeräte wie **Gameboy** oder **Nintendo DS**, 20% der Jüngeren und 43% der Älteren besitzen eine Spielkonsole. Dabei nimmt der Anteil der Mädchen unter den Spielenden weiter zu. Das Handy wird für Jugendliche offenbar immer unverzichtbarer: 64% der Jugendlichen zwischen 10 bis 13 Jahren haben eins, 46% wünschen sich eins. Die Eltern lassen hier bei der Bezahlung offenbar Vorsicht walten: 83% der Handy-Verträge laufen über eine Prepaid-Karte.

Finanziell sind die Jungen offenbar gut versorgt: Ungefähr 2,6 Mrd Euro an Taschengeld und Geldgeschenken scheffelt die Jugend jährlich. Die werden bevorzugt für Süßigkeiten, Zeitschriften und Eis ausgegeben. Weitere 3,8 Mrd liegen laut KidsVA sicher auf den Sparkonten. Über das Geld können die Befragten relativ frei verfügen: 78% der Über-10-Jährigen dürfen ihr Taschengeld ganz selbstständig ausgeben. Markenprodukte sind den Jugendlichen besonders beim Outfit wichtig - in erster Linie bei Sportschuhen.

Trotz des hohen Medienkonsums geben die meisten befragten Jugendlichen an, die Zeit am liebsten mit ihren Freunden zu verbringen. An zweiter Stelle steht bei den Mädchen Musik hören, bei den Jungen Rad fahren. Radeln ist bei Mädchen die drittliebste Freizeitbeschäftigung - bei den Jungs ist es Fußball.

Hintergrund: Egmont Ehapa erhebt die KidsVA seit 15 Jahren. Für die aktuelle Ausgabe wurden über 1.600 Interviews geführt - repräsentativ für die 5,73 Mio deutsche Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren. Den ganzen Berichtsband zur KidsVA gibt es für eine Schutzgebühr von 49 Euro unter [www.ehapa-medien.de](http://www.ehapa-medien.de).

## **Presseinformation**

Berlin, 12. August 2008

### **KidsVerbraucherAnalyse 2008**

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](http://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](mailto:r.bauer@ehapa.de)**

**Ingo Höhn, Geschäftsleiter Anzeigen, Egmont Ehapa Verlag**

**Tel. (030) 24 008 – 100, E-Mail: [i.hoehn@ehapa.de](mailto:i.hoehn@ehapa.de)**

**Nadja Vogt, Leitung Anzeigenmarketing/-PR, Egmont Ehapa Verlag**

**Tel. (030) 24 008- 113, E-Mail: [n.vogt@ehapa.de](mailto:n.vogt@ehapa.de)**

Das Online-Angebot des Egmont Ehapa Verlages liefert Ihnen alle wichtigen Media-Informationen zu den Eltern. Neben den notwendigen Mediaplanungs-Daten über Zielgruppe, Reichweite, Auflage, Anzeigenpreise und T... interessante Informationen aus der Markt- und Mediaforschung in der jungen Zielgruppe. Zum Service-Portfolio umfangreiche Grundlagenforschung, Anzeigenforschung, Plandaten und Leseranalysen. Auf Wunsch erarbeiten wir auch Strukturanalysen sowie Planzählungen.

Die spannendste Zielgruppe finden Sie bei uns: Kids & Teens!

Nutzen Sie unsere Kompetenz im jungen Markt!



KidsVerbraucherAnalyse 2008

Seit 1993 ist die KidsVA die wichtigste Studie zum Verbraucher- und Medienverhalten junger Zielgruppen.



Im Mittelpunkt der repräsentativen Befragung standen über 1.600 Kinder im Alter zwischen 6 und 13 Jahren, die ausführlich Auskunft über ihr Medien- und Konsumverhalten gaben.

Den Berichtsband zur neuen KidsVA 2008 können Sie ab sofort gegen eine Schutzgebühr von 49 Euro bestellen: [Zur Online-Bestellung](#)

Generelle Informationen zur KidsVA 2008 entnehmen Sie bitte der Pressemitteilung oder der KidsVA-Präsentation: [Download Pressemitteilung \(28 KB\)](#)

[Download Präsentation \(2,6 MB\)](#)



Kids-Kaufentscheider 2008

**Real-Life-Studie zur Kaufbeeinflussung durch Kinder**

In einer Real-Life-Studie zu den Abläufen bei täglichen Kaufprozessen wurden Mütter und Kinder (3 bis 13 Jahre) befragt und beim familiären Einkauf begleitet. Damit liegt zum ersten Mal eine Studie zur kindlichen Kaufbeeinflussung vor, die anhand realer, individueller Kaufakte belegt, welche großen

Einfluss Kinder beim Kauf von Produkten haben, die sie (mit-)verwenden.

Einseitige Markenkommunikation – vor allem im Familienbereich – ist nicht mehr zeitgemäß und zielführend. Es müssen beide Zielgruppen – Eltern und Kinder – berücksichtigt werden und die Kommunikation muss sich sogar zunehmend am Kind ausrichten.

Die 38-seitige Studie ist gegen eine Schutzgebühr beim Egmont Ehapa Verlag erhältlich:

- als Printversion für 49 Euro
- als PDF für 39 Euro