

Unsere Studie

Zeitschriften sind für Kinder trotz vieler digitaler Medienangebote von steigender Relevanz. 86 Prozent der Kinder im Grundschulalter lesen Zeitschriften. Das belegt der **Kids-Medien-Kompass 2023** (KMK 2023) auf Basis einer repräsentativen forsa-Befragung. Für die Studie wurden im April und Mai 4.012 Kinder und Jugendliche zwischen 3 und 13 Jahren in Deutschland befragt. Die Ergebnisse sind damit **repräsentativ für die Grundgesamtheit der rund 7,3 Mio. Mädchen und Jungen in dieser Altersgruppe in Deutschland**. 38 Prozent aller befragten Kinder geben in diesem Jahr an, dass „Lesen“ eine Lieblingsbeschäftigung von ihnen ist. Das sind zwei Prozentpunkte mehr als im KMK vom Vorjahr.

Herzstück der Studie ist die **Ermittlung des Real-Leser-Faktors** (RLF). Der RLF ist 2023 nahezu stabil. **Im Schnitt hat ein Kindermagazin in Deutschland einen RLF von 2,33**. Dieser Faktor ergibt sich aus der Addition des Hauptlesers und den weiteren durchschnittlich 1,33 Lesenden, die das Heft konsumieren.

Mit dem Kids-Medien-Kompass haben wir 2021 eine neue Mediastudie initiiert, deren zentrales Ziel es ist, **nachvollziehbare Kontaktzahlen speziell für Kindermagazine** zu liefern. Denn die speziellen Vertriebs- und Konsumgewohnheiten der Kinder und ein Markt, in dem Lizenzen starker Marken eine wichtige Rolle spielen, lassen bei den marktüblichen Befragungen schnell die Grenzen zwischen dem real genutzten Magazin und der grundsätzlichen Markenbekanntheit verschwimmen.

Um **belastbare Reichweiten** vorlegen zu können, haben wir deshalb gemeinsam mit dem renommierten Marktforschungsinstitut forsa ein Studiendesign entworfen, das die Magazinnutzung vom Hauptnutzer, dem Besitzer einer verkauften Zeitschrift betrachtet, und so den Einfluss reiner

Markenbekanntheit minimiert. Forsa ermittelt für den KMK, wie vielen anderen Lesern der Hauptnutzer das Magazin zum Lesen leiht. Der Hauptleser und die Mitleser zusammengenommen ergeben den Real-Leser-Faktor einer Magazinmarke. Die Reichweite einer Kinderzeitschrift lässt sich dadurch ganz einfach **aus zwei nicht beeinflussbaren und unabhängig geprüften Werten errechnen**: Er ergibt sich aus der Multiplikation des von forsa ermittelten Real-Leser-Faktors mit dem Wert für die verkaufte Auflage, welche der Auflagen-TÜV, die IVW, ermittelt.

Für die KMK-Ausgabe 2023 haben wir die Zahl der Befragten noch einmal deutlich erhöht. Statt 3.500 wurden diesmal **4.000 Jungen und Mädchen aus ganz Deutschland befragt**.

Ansonsten ist das Design der Studie im Wesentlichen erhalten geblieben, sodass wir nun Vergleiche mit der Vorjahresstudie anstellen können, um Entwicklungen wie sich wandelnde Interessen frühzeitig zu identifizieren.

Die höhere Zahl an Befragten ermöglicht es uns zudem, **tiefer Einblicke in die Lebenswelt der Kinder** zu werfen. So können wir nun erstmals die Interessen der Jungen und Mädchen für jeden unser abgefragten Titel präsentieren. Für das Feintuning Ihrer Mediapläne ein Instrument von unschätzbarem Wert.

Mit dem Kids-Medien-Kompass 2023 haben wir den Maßstab an Mediastudien erneut erhöht. Wir sind überzeugt, dass wir als Marktführer damit unserer Verantwortung gegenüber den Werbungtreibenden gerecht werden, indem wir **plausible Reichweitenwerte** liefern, denen Sie Vertrauen schenken können, und zudem alle Zielgruppeninformationen zur Verfügung stellen können, die Sie **für eine optimale Kampagnenplanung** benötigen.

Studiensteckbrief

Repräsentative Umfrage mit 4.012 Befragten

Institut:	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Grundgesamtheit:	Kinder und Jugendliche zwischen 3 und 13 Jahren in Deutschland
Fallzahl:	4.012 Befragte
Erhebungsmethode:	Online-Befragung
Auswahlverfahren und Gewichtung:	Repräsentative Zufallsauswahl von Eltern (für ihre Kinder) im Rahmen des forsa.omninet-Panels; Gewichtung nach Region, Alter und Geschlecht; Erklärung * bei Titeln: Tendenzangaben aufgrund der Fallzahlen
Erhobene Merkmale:	Themeninteressen, Lieblingsbeschäftigung, Taschengeld, generelle Nutzung von Kinderzeitschriften und deren Bezugsquellen, mitlesende generell und nach (Alters-) Gruppen, Magazinbekanntheit und -nutzung, mitlesende Gruppen bei Magazinen, Interesse an Weiter-nutzung, Beliebtheit Schulbesuch, Lieblingsfächer
Erhebungszeitraum:	12. April bis 16. Mai 2023



Disclaimer: Alle Veröffentlichungen von Daten aus dieser Studie bedürfen der vorherigen Zustimmung des Herausgebers. Auswertungen aus dem KIDS-MEDIEN-KOMPASS 2023 sind ausschließlich dem Herausgeber gestattet. Veröffentlichungen und Weitergabe aus dem Datenbestand sind Nutzungsberechtigten mit der Quellenangabe „KIDS-MEDIEN-KOMPASS 2023“ oder „KMK 2023“ vorbehalten. Alle Interessenten haben über Herrn Benjamin Bittmann die Möglichkeit, nähere Informationen über die Studie und den Datenbezug anzufordern.