



IMMER AUF KURS MIT DEM 2022

Die Studie des Marktführers mit dem REAL-LESER-FAKTOR

forsa.

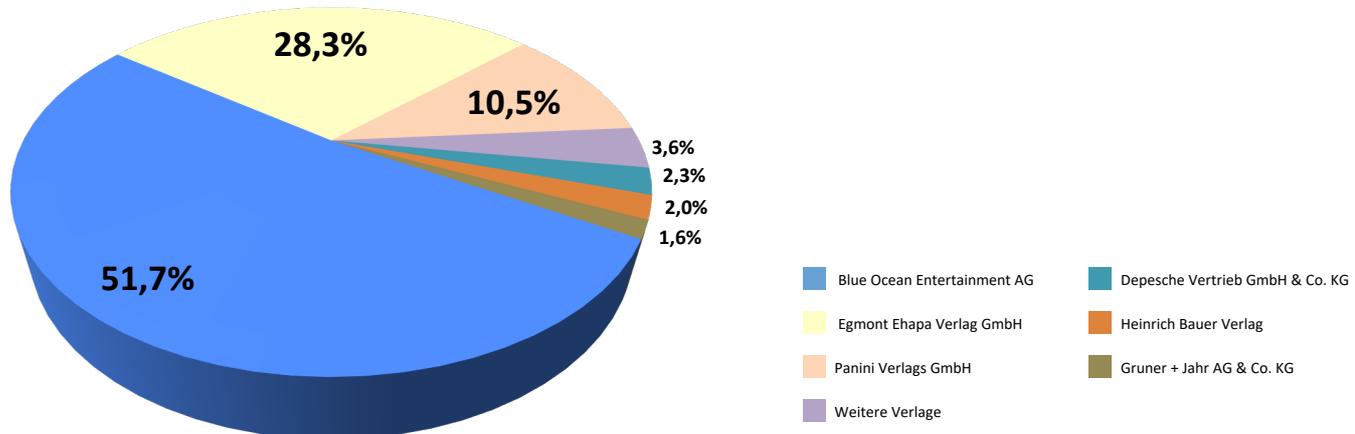
Blue Ocean ist die Nummer 1!

Blue Ocean Entertainment ist mit großem Abstand Marktführer im Kinder- und Jugendzeitschriftensegment.

Die Burda-Tochter verkauft im Einzelhandel in Deutschland mehr Magazine als alle Mitbewerber zusammen. 22 der 30 meistverkauften Kinderzeitschriften stammen von Blue Ocean, darunter die komplette Top 5 mit LEGO NINJAGO, LEGO Minecraft, Prinzessin Lillifee Zauberwelt, LEGO NINJAGO LEGACY und Prinzessin Lillifee*.

70 Lizenzgeber vertrauen Blue Ocean ihre Marken für Zeitschriften an, neben LEGO so renommierte Unternehmen wie Playmobil, Schleich und Disney. Wer in Deutschland Kinder zwischen 3 und 13 Jahren, ihre Freunde, Geschwister und Eltern erreichen möchte, der ist bei Blue Ocean goldrichtig. Denn eine verkaufte Kinderzeitschrift wird im Schnitt von 1,34 Mitlesenden zusätzlich gelesen.

Erfolgreiche Sammelserien in 2D und 3D, Loyalty-Programme für den Handel und Apps runden das Portfolio von Blue Ocean ab. Das 2005 gegründete Unternehmen hat inzwischen 250 Mitarbeitende an fünf europäischen Standorten.



Was haben wir uns damit gedacht?

„Mein Heft, mein Schatz!“ - nach diesem Motto steuern Kinder und Jugendliche in Deutschland die Nutzung und Weitergabe ihrer Magazine. Kinderzeitschriften sind für 3- bis 13-Jährige kostbarer Besitz, der zumeist im Haushalt bleibt: Rund zwei Drittel bewahren ihre Hefte nach dem Lesen auf. Mitnutzen dürfen Geschwister, ausgewählte Freunde und Eltern.

Das belegt der **Kids-Medien-Kompass 2022** auf Basis einer repräsentativen forsa-Befragung. Für die Studie wurden im Mai und Juni 3.512 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**.

Haupterkennnis der Studie: Im Schnitt hat ein Kindermagazin in Deutschland einen **Real-Leser-Faktor von 2,34**. Dieser Faktor ergibt sich aus der Addition des Hauptlesers und den weiteren durchschnittlich 1,34 Lesenden, die das Heft konsumieren. Auch spannend: Zeitschriften sind für Kinder auch in der immer digitaler werdenden Welt von enormer Relevanz. 86 Prozent der Kinder im Grundschulalter lesen Zeitschriften.

Der Ursprung: Mit der Präsentation des ersten Kids-Medien-Kompasses haben wir den initialen Schritt gemacht, mit einem neuen Untersuchungsansatz **nachvollziehbare Kontaktzahlen speziell für Kindermagazine** zu liefern und haben dafür den Real-Leser-Faktor eingeführt. Gerade im Kinderzeitschriftensegment, in dem Lizenzen starker Marken eine wichtige Rolle spielen, können bei 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.

Kids-Medien-Kompass 2.0: Für die 2022er Ausgabe haben wir den Prototyp der Studie noch einmal deutlich verfeinert und den Kreis der Befragten um rund 1.000 erweitert, um noch tiefere Einblicke und **repräsentative Einzelergebnisse** zu erhalten. Hierfür wurden zum Beispiel auch Dreijährige einbezogen. Daher lassen sich keine Vergleiche zum Vorjahr ziehen.

Der Clou: Mit Hilfe des Real-Leser-Faktors lässt sich die **Reichweite eines Magazins** nun einfach **aus zwei nicht beeinflussbaren und unabhängig geprüften Werten** errechnen. Der valide Kontaktwert eines Magazins ergibt sich aus der Multiplikation des von forsa ermittelten Real-Leser-Faktors mit dem Wert der verkauften Auflage, welche die IVW, der Auflagen-TÜV, ermittelt.

Kurzum: Wir haben den neuen Goldstandard bei der Reichweitemittlung gesetzt. Und wir sind überzeugt: Mit diesem Instrument liefern wir als verantwortungsvoller Marktführer allen Werbetreibenden **plausible Reichweitenwerte für eine optimierte Mediaplanung ohne Kompromisse**.

Studiensteckbrief

Repräsentative Umfrage mit 3.512 Befragten

Institut:	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Grundgesamtheit:	Kinder und Jugendliche zwischen 3 und 13 Jahren in Deutschland
Fallzahl:	3.512 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 Weiternutzung. Gefühlslage
Erhebungszeitraum	12. Mai bis 22. Juni 2022

3.512
Befragte

1.784
Jungs



1.728
Mädchen

1.317
im Kindergartenalter (3-6 Jahre)

1.270
im Grundschulalter (7-10 Jahre)

925
ältere Kinder (11-13 Jahre)

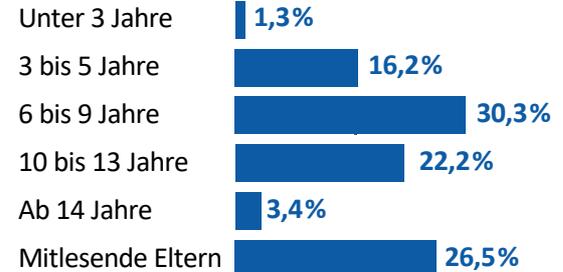
Der REAL-LESER-FAKTOR

Repräsentative **forsa**.-Ergebnisse für Kinderzeitschriften allgemein



Ø 2,34 Personen erreichen Sie pro verkauftem Exemplar einer Kinderzeitschrift.

Aufschlüsselung in die Altersgruppen



Die realistische Währung im Kids-Print-Markt.

Berechnung der Reichweite pro Titel

Verkaufte Auflage

Unabhängig IVW-geprüfter Verkauf
oder Verlagsangabe



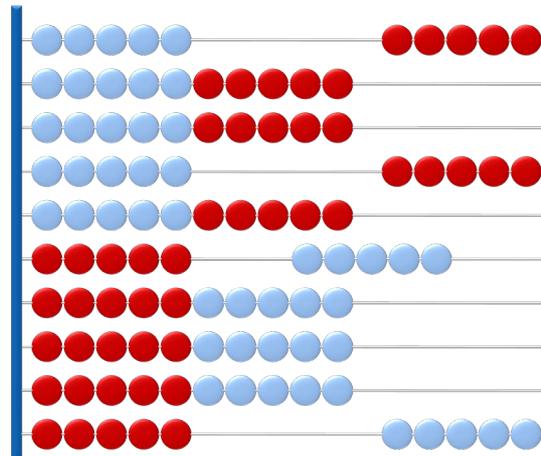
REAL-LESER-FAKTOR

Repräsentativ und magazin-
unabhängig oder -spezifisch



Lesende

Inklusive Geschwister, Freunden und
mitlesende Eltern und Großeltern



Blue-Ocean-Titel – Unsere Reichweite für Ihre Kampagne

Girls-Titel

Titel	Ø-Alter Haupt- leser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q2 2022 (GV)	Gesamt		Unter 3 Jahre		3 bis 5 Jahre		6 bis 13 Jahre		ab 14 Jahre		Mitlesende Eltern	
		Mädchen	Jungen		REAL- LESER- FAKTOR (RLF)	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF der Eltern	Reich- weite
Prinzessin Lillifee	6,4	97%	3%	70.316	1,97	138.523	0,06	4.219	0,50	35.158	0,83	58.362	0,03	2.109	0,55	38.674
Bibi & Tina	7,1	93%	7%	40.170	2,08	83.554	0,06	2.410	0,49	19.683	0,99	39.768	0,07	2.812	0,47	18.880
Bibi Blocksberg	7,7	92%	8%	23.837	2,50	59.593	0,05	1.192	0,29	6.913	1,86	44.337	0,03	715	0,26	6.198
LISSY*	9,3	100%	0%	36.793	1,28	47.095	0,03	1.104	0,14	5.151	0,95	34.953	0,01	368	0,15	5.519
Mia und me	7,3	99%	1%	41.180	2,04	84.007	0,03	1.235	0,39	16.060	0,90	37.062	0,06	2.471	0,66	27.179
Pferd&Co	8,8	99%	1%	41.377	1,64	67.858	0,01	414	0,18	7.448	1,16	47.997	0,03	1.241	0,25	10.344
Total tierlieb!*	10,6	76%	24%	35.108	1,38	48.449	0,04	1.404	0,04	1.404	1,19	41.779	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,11	3.862
Gesamt Girls				288.781		529.078		11.978		91.817		304.259		9.717		110.655

Mit den Girls-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **529.000** potenzielle Kontakte!

Blue-Ocean-Titel – Unsere Reichweite für Ihre Kampagne

Unisex-Titel

Titel	Ø-Alter Haupt- leser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q2 2022 (GV)	Gesamt		Unter 3 Jahre		3 bis 5 Jahre		6 bis 13 Jahre		ab 14 Jahre		Mitlesende Eltern	
		Mädchen	Jungen		REAL- LESER- FAKTOR (RLF)	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF der Eltern	Reich- weite
Benjamin Blümchen	6,1	48%	52%	38.785	2,45	95.023	0,03	1.164	0,69	26.762	0,72	27.925	0,12	4.654	0,89	34.519
BUSSI BÄR*	5,5	54%	46%	29.312	2,33	68.297	0,03	879	0,79	23.156	0,48	14.070	0,01	293	1,02	29.898
DRAGONS*	8,7	43%	57%	33.437	2,34	78.243	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,21	7.022	1,58	52.830	0,09	3.009	0,46	15.381
FRAG doch mal die Maus	7,5	40%	60%	45.586	2,58	117.612	0,03	1.368	0,47	21.425	1,19	54.247	0,03	1.368	0,85	38.748
LÖWENZAHN	7,8	44%	56%	26.778	2,45	65.606	0,01	268	0,44	11.782	1,15	30.795	0,07	1.874	0,78	20.887
National Geographic Kids**	9,0	50%	50%	30.963	2,57	79.575	0,02	619	0,17	5.264	1,28	39.633	0,21	6.502	0,89	27.557
WAS IST WAS	7,9	47%	53%	43.813	2,25	98.579	0,02	876	0,34	14.896	1,18	51.699	0,09	3.943	0,62	27.164
Gesamt Unisex				248.674		602.935		5.174		110.308		271.199		21.644		194.154

Mit den Unisex-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **603.000** potenzielle Kontakte!

Blue-Ocean-Titel – Unsere Reichweite für Ihre Kampagne

Boys-Titel

Titel	Ø-Alter Haupt- leser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q2 2022 (GV)	Gesamt		Unter 3 Jahre		3 bis 5 Jahre		6 bis 13 Jahre		ab 14 Jahre		Mitlesende Eltern	
		Mädchen	Jungen		REAL- LESER- FAKTOR (RLF)	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF der Eltern	Reich- weite
PLAYMOBIL Blau	7,8	44%	56%	34.922	2,03	70.892	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,25	8.731	1,27	44.351	0,03	1.048	0,48	16.763
5I-Magazin*	9,3	9%	91%	28.549	1,93	55.100	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,10	2.855	1,42	40.540	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,42	11.991
Die drei ??? Kids	8,9	38%	62%	45.175	2,03	91.705	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,07	3.162	1,41	63.697	0,07	3.162	0,47	21.232
DINOSAURIER*	8,3	2%	98%	39.644	1,81	71.756	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,23	9.118	0,99	39.248	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,59	23.390
LEGO CITY	7,8	9%	91%	50.136	2,09	104.784	0,02	1.003	0,42	21.057	1,13	56.654	0,02	1.003	0,50	25.068
LEGO JURASSIC WORLD	7,9	14%	86%	60.474	2,43	146.952	0,01	605	0,31	18.747	1,29	78.011	0,07	4.233	0,75	45.356
LEGO Minecraft	9,1	17%	83%	87.737	1,74	152.662	0,01	877	0,07	6.142	1,38	121.077	0,09	7.896	0,19	16.670
LEGO NINJAGO	8,4	11%	89%	139.905	2,24	313.387	0,01	1.399	0,30	41.972	1,48	207.059	0,05	6.995	0,40	55.962
LEGO STAR WARS	9,0	8%	92%	64.440	1,84	118.570	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,14	9.022	1,27	81.839	0,03	1.933	0,39	25.132
Gesamt Boys				550.982		1.125.807		3.884		120.805		732.475		26.271		241.562

Mit den Boys-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **1.126.000** potenzielle Kontakte!

Kids-Medien-Kompass 2022

Unsere Studie auf einem Blick

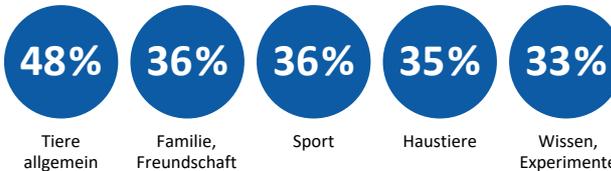
Der REAL-LESER-FAKTOR:

Ø 2,34

Lesende erreichen Sie pro verkauftem Exemplar einer Kinderzeitschrift allgemein

Bei Blue Ocean erreichen Sie allein mit den 23 abgefragten Titeln rund **2.258.000** potentielle Kontakte

Lieblingsthemen der Kids:



86 %

der Kinder im Grundschulalter lesen Zeitschriften

Der **REAL-LESER-FAKTOR** bietet Ihnen eine realistische Reichweitenprognose auf Basis der unabhängig geprüften IVW-Verkäufe.



7,5 von 10

Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

Basis: Kind schaut sich mind. eins der abgefragten Blue-Ocean-Magazine an

78% der Kids bekommen das Magazin geschenkt

21% der Kids haben ihr Magazin selbst gekauft

11% leihen sich das Magazin von ihren Geschwistern/anderen Kindern im Haushalt

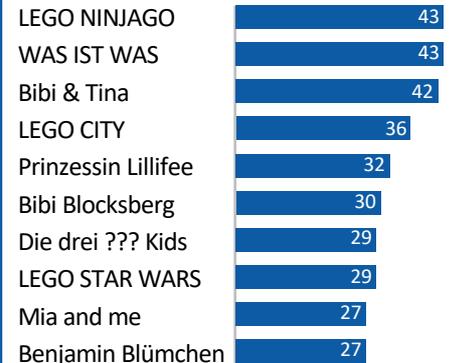
10% leihen sich das Magazin von ihren Freunden

9% der Kids erhalten ihr Magazin als Abo

Basis: Kind schaut sich Kinderzeitschriften an; Mehrfachnennung möglich

Bekanntheit der Titel in %

Basis: Kind schaut sich Kinderzeitschriften an



Lieblingsbeschäftigungen der Kids:



62 %

der Mitlesenden von Kinderzeitschriften sind Eltern.*

*Bei Kids, die Kinderzeitschriften lesen und besitzen, sowie Mitlesende haben

Disclaimer

Alle Veröffentlichungen von Daten aus dieser Studie bedürfen der vorherigen Zustimmung des Herausgebers.
Auswertungen aus dem KIDS-MEDIEN-KOMPASS 2022 ist ausschließlich dem Herausgeber gestattet. Veröffentlichungen und Weitergabe aus dem Datenbestand sind Nutzungsberechtigten mit der Quellenangabe „KIDS-MEDIEN-KOMPASS 2022 “ oder „KMK 2022“ vorbehalten.
Alle Interessenten haben über Herrn Benjamin Bittmann die Möglichkeit, nähere Informationen über die Studie und den Datenbezug anzufragen.



BENJAMIN BITTMANN

Head of Advertising Sales & Promotion
0711/22 02 99 152
bittmann@blue-ocean-ag.de



KATHRIN MEYER

Deputy Head of Advertising
0711/22 02 99 1262
meyer@blue-ocean-ag.de



SIMONE GRENZ

Deputy Head of Advertising
0711/22 02 99 282
grenz@blue-ocean-ag.de



PATRICIA HAUSBURG

Advertising Sales Manager
0711/22 02 99 291
hausburg@blue-ocean-ag.de



STEFFI KELLER

Advertising Sales Manager
0711/22 02 99 263
keller@blue-ocean-ag.de

IHR TEAM

für eine erfolgreiche
Werbekampagne im Kindermarkt!



FRANZISKA STÖHR

Advertising Sales Manager
0711/22 02 99 222
stoehr@blue-ocean-ag.de



JOHANNES MERKL

Advertising Sales Manager
0711/22 02 99 213
merkl@blue-ocean-ag.de



ANDREAS SCHLICK

Advertising Sales Manager
0711/22 02 99 280
schlick@blue-ocean-ag.de



REBEKKA LANGNER

Sales & Cooperation Manager
0711/22 02 99 203
langner@blue-ocean-ag.de

Fragen? Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung!