

## Pressekonferenz zur KidsVerbraucherAnalyse 2001 am 19. Juli 2001

Thomas Brümmer, Anzeigenleiter Bastei Verlag AG

### **KidsVerbraucherAnalyse 2001 – Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 19 Jahren verfügen über 32 Milliarden Mark**

*90 Prozent der 16- bis 19-jährigen entscheiden auch über größere Geldbeträge selbst / 16- bis 19-jährige Mädchen mit größtem Sparguthaben*

Laut KidsVerbraucherAnalyse 2001 (KVA) verfügen die rund 11 Millionen Jungen und Mädchen in Deutschland im Alter von 6 bis 19 Jahren über eine erstaunliche Kaufkraft: Das durchschnittlich verfügbare Geld pro Monat, Geldgeschenke und Sparguthaben summieren sich auf insgesamt 32,15 Milliarden Mark.

Legt man für einen Vergleich die Grundgesamtheit der KVA 2000 zugrunde, die lediglich die 6- bis 17-jährigen Jungen und Mädchen umfasste, so ergibt sich eine erneute Steigerung der Finanzkraft der Kinder und Jugendlichen. Lag die Kaufkraft im letzten Jahr noch bei 19,1 Milliarden, so stieg diese jetzt nochmals um 6,5 Prozent auf 20,35 Milliarden und erreicht somit Rekordniveau im Vergleich zu den Vorjahren.

Durchschnittlich verfügen die Kinder und Jugendlichen monatlich über 110 Mark. Diese Summe setzt sich aus Taschengeld, Geldgeschenken (neben Geburtstags- und Weihnachtzuwendungen) sowie Einnahmen aus verschiedenen Jobs oder Berufstätigkeit zusammen. Geschlechtsspezifische Unterschiede lassen sich insgesamt nicht feststellen. Betrachtet man jedoch die einzelnen Alterssegmente, so zeigt sich, dass die 6- bis 9-jährigen Mädchen über etwas mehr Geld (25 Mark) als die gleichaltrigen Jungen (20 Mark) verfügen. Bei den 16- bis 19-Jährigen ist es genau umgekehrt: Die Jungen verfügen über 284 Mark; die Mädchen über 276 Mark.

Rund 80 Prozent der Kids/Teens erhalten Geldgeschenke zum Geburtstag; im Durchschnitt 127 Mark. Bei den Jüngsten und Ältesten lässt sich zwischen Jungen und Mädchen kein Unterschied feststellen. Bei den 10- bis 15-Jährigen genießen die Jungen eine leicht höhere finanzielle Zuwendung zum Geburtstag als die Mädchen.

Ein Geldgeschenk zu Weihnachten erhalten knapp  $\frac{3}{4}$  aller Befragten (durchschnittlich 138 Mark). Im Durchschnitt erhalten die Jungen 144 Mark und die Mädchen 132 Mark, wobei die Jungen, insbesondere in den Alterssegmenten der 6- bis 9-Jährigen, der 10- bis 12-Jährigen und 16- bis 19-Jährigen höhere Geldzuwendungen erhalten.

Die Kinder und Jugendlichen bestimmen zum Großteil selbst, wofür sie ihr Geld ausgeben möchten: Die Befragung der Eltern ergab, dass 75 Prozent der Kinder und Jugendlichen ihr Taschengeld ganz selbstständig ausgeben dürfen. Den 6- bis 9-jährigen Jungen wird ein etwas größerer Freiraum gewährt, als den Mädchen derselben Altersstufe, während die Eltern bei Kindern ab dem 10. Lebensjahr keinen Unterschied mehr zwischen Jungen und Mädchen machen.

Wofür geben die Kids und Teens ihr Taschengeld aus? Süßigkeiten und Schokolade liegen mit Abstand vorne (Jungen 38 Prozent; Mädchen 35 Prozent). Der Anteil der Naschkatzen ist bei den Jüngsten besonders ausgeprägt. Jeder Zweite in der Altersgruppe der 6- bis 12-Jährigen gibt sein Taschengeld für Süßes aus. Auf den nächsten Plätzen rangieren bei den Jungen Getränke, Disco, Kino, CDs und Speisen. Mit zunehmendem Alter geben immer mehr Jungen hierfür Geld aus.

Wofür geben die Mädchen Geld aus? Nach Süßigkeiten folgen Bekleidung, Disco, Körperpflege und Kino. Im Segment der 13- bis 19-Jährigen übersteigen die Ausgaben für diese Bereiche Süßigkeiten und Schokolade.

Die Übergangsphase vom Kind zum Jugendlichen bedeutet auch größere Freiräume in Bezug auf finanzielle Angelegenheiten. Dennoch bleiben ihnen bei größeren Anschaffungen Diskussionen mit den Eltern nicht erspart. Insgesamt dürfen 30 Prozent der 6- bis 19-Jährigen alleine Dinge erwerben, die teurer als 100 Mark sind. Zwischen den einzelnen Altersstufen lassen sich deutliche Unterschiede erkennen: Bei den 6- bis 12-Jährigen ist diese Entscheidungsbefugnis nur in sehr geringem Maße ausgeprägt (3 Prozent). Unter den 13- bis 15-jährigen wird bereits jedem Dritten dieser Freiraum eingeräumt. Bei den 16- bis 19-jährigen sind es sogar über 90 Prozent.

Jedoch wird das Geld nicht komplett ausgegeben. Rund 80 Prozent der Kinder und Jugendlichen geben an, zumindest einen Teil zu sparen. Als Sparform dient hierbei an erster Stelle das Sparbuch mit 81 Prozent, gefolgt vom Girokonto mit 21 Prozent und vom Taschengeld-Konto mit 10 Prozent.

Wofür wird gespart? Bei den Jüngsten liegt das Fahrrad auf der Wunschliste knapp an der Spitze. Dennoch lässt sich in dieser Altersstufe noch kein Sparziel feststellen, das sich eindeutig abhebt. Mit zunehmendem Alter wird die Wunschliste konkreter. Mädchen und Jungen sparen dann in erster Linie auf den Führerschein (13- bis 19-jährige Jungen: 19 Prozent, Mädchen: 15 Prozent). Während bei den Jungen der Wunsch nach einem eigenen PKW praktisch ebenso groß ist, rangieren bei den Mädchen Bekleidung und Reisen auf den vorderen Plätzen.

Durchschnittlich befinden sich auf den Sparbüchern der Kids und Teens 1.223 Mark. Über die größte Summe verfügen die 16- bis 19-jährigen Mädchen mit 1.878 Mark (Jungen: 1.802 Mark), während bei den Jüngeren die Jungen mit 869 Mark (Mädchen: 726 Mark) vorne liegen.

## **Mediennutzung**

Schon in den jungen Altersgruppen lassen sich bei der Mediennutzung Unterschiede zwischen den Mädchen und Jungen feststellen.

In der Zielgruppe der 6- bis 9-jährigen Jungen generieren die klassischen Kinderzeitschriften wie in den Vorjahren ein hohes Reichweitenpotential. „Micky Maus“ liegt mit einer Reichweite von 22,5 Prozent deutlich an der Spitze, gefolgt von „Junior“ mit 10,0 Prozent und dem Titel „Die Schlümpfe“, der 9,8 Prozent aller 6-9-jährigen Jungen erreicht. Es folgen die Zeitschriften „Donald Duck Sonderheft“ (9,6 Prozent), „Benjamin Blümchen“ (7,5 Prozent), „Disneys lustiges Taschenbuch“ (7,0 Prozent), „Die Maus“ (5,6 Prozent), „Simpsons“ (5,1 Prozent), „Pumuckl“ (4,7 Prozent) und „Tabaluga“ (4,5 Prozent).

Bei den Mädchen in derselben Altersstufe ist der meistgelesene Titel „Barbie“ mit 15,7 Prozent, gefolgt von „Bibi Blocksberg“ mit 10,5 Prozent und „Micky Maus“ mit einer Reichweite von 9,9 Prozent. Ebenfalls sehr beliebt sind die Titel „Benjamin Blümchen“ (9,5 Prozent), „Biene Maja“ (8,6 Prozent), „Junior“ (8,6 Prozent),

„Die Schlümpfe“ (8,0 Prozent), „Die Maus“ (7,3 Prozent), „Mädchen“ (6,1 Prozent) sowie „Winnie Puuh“ mit 5,9 Prozent.

Auch bei den 10- bis 13-Jährigen lassen sich deutliche Unterschiede zwischen den Lieblingszeitschriftentiteln der Jungen und Mädchen ablesen. Bei den Jungen liegt – wie bei den 6- bis 9-Jährigen – „Micky Maus“ mit 26,5 Prozent Reichweite an der Spitze, an zweiter und dritter Stelle folgen „Bravo“ und „Bravo Sport“ mit 16,2 Prozent bzw. 15,3 Prozent. Titel wie „Donald Duck Sonderheft“, „Simpsons“ und „Junior“ liegen ebenfalls unter den Top Ten.

Mit 7,9 bzw. 7,0 Prozent Reichweite schaffen „Bravo Screen Fun“ und „Computer Bild Spiele“ bereits in dieser Altersstufe den Sprung unter die zehn beliebtesten Titel.

Bei den 10- bis 13-jährigen Mädchen ist „Bravo“ mit 25,7 Prozent Reichweite der beliebteste Titel. Es folgen „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (19,8 Prozent) und „Mädchen“ (17,9 Prozent) sowie „Bravo Girl“ (17,1 Prozent). Gerne werden ebenfalls Titel gelesen, die sich mit dem Thema Tiere, insbesondere Pferde, beschäftigen (z. B. „Wendy“ oder „Tiere – Freunde fürs Leben“).

Bei den 14- bis 19-jährigen Jungen zeigt sich eine starke Affinität zum Computer:

18,4 Prozent der 14- bis 19-jährigen Jungen lesen „Computer Bild“, es folgen „Bravo“ und „Bravo Sport“ mit 16,8 Prozent und 13,7 Prozent, „Computer Bild Spiele“ (11,0 Prozent) und „Bravo Screen Fun“ mit 8,8 Prozent.

Spitzenreiter bei den 14- bis 19-jährigen Mädchen ist „Bravo“ mit 30,8 Prozent, gefolgt von „Bravo Girl“ (25,2 Prozent), „Mädchen“ (17,5 Prozent), „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (14,3 Prozent) und „Popcorn“ (9,2 Prozent). Ebenfalls in den Top Ten: „Top of the Pops“, „Bravo Sport“ und erstmalig die im September 2000 gestartete Jugendzeitschrift „Yam!“.