

PRESSEMITTEILUNG

Egmont Ehapa Media ist Reichweitensieger der Kinder-Medien-Studie 2019

Berlin, 06. August 2019 – Die Bilanz der aktuell veröffentlichten Kinder-Medien-Studie (KMS) zeigt, dass der Konsum von Kinderzeitschriften auf hohem Niveau stabil bleibt. Zum dritten Mal untersuchten sechs Verlage gemeinschaftlich in dieser repräsentativen Marktmediastudie den Medienkonsum und das Freizeitverhalten von Kindern in Deutschland. Die Ergebnisse bestätigen deutlich, dass Kinder nach wie vor ein sehr hohes Interesse an Printmedien besitzen. Die Egmont Ehapa Media GmbH geht hierbei als eindeutiger Reichweitensieger aus der Studie hervor. In diesem Jahr ist der Verlag mit gleich acht Titeln in den Top 10 der reichweitenstärksten Kindermagazine bei der Gesamtleserschaft zwischen sechs und 13 Jahren vertreten. Die acht beliebtesten Magazine der Egmont Ehapa Media GmbH sind Walt Disney Lustiges Taschenbuch, Micky Maus Comics, Donald Duck & Co, Micky Maus-Magazin, Wendy, Mädchen, Donald Duck Sonderheft und Popcorn.

Die Gesamt-Nettoreichweite der Kinder-Kaufzeitschriften in Deutschland beträgt 73,8 Prozent, wovon über die Hälfte (40,7 Prozent) auf Egmont Ehapa Media entfallen. Dies bedeutet konkret, dass 2,98 Millionen Kinder (Leser pro Ausgabe, LpA) zwischen sechs und 13 Jahren regelmäßig Zeitschriften von Egmont Ehapa Media lesen.

Die aktuellen Ergebnisse der Studie bzgl. des Kinderzeitschriftenmarktes nach differenzierten Altersgruppen im Detail:

Sechs bis 13 Jahre:

- Die höchste Reichweite bei den sechs- bis 13-jährigen Kindern erzielt Walt Disney Lustiges Taschenbuch (492.000 LpA), gefolgt von Micky Maus-Comics (458.000 LpA). Den Platz des stärksten Mädchentitels erzielt Wendy mit 377.000 Lesern, dicht gefolgt von der Zeitschrift Mädchen (362.000 LpA). Auch das Star-Magazin Popcorn ist mit 313.000 Lesern neu in den Top 10 vertreten.
- In der Einzelbetrachtung des Segments der sechs- bis 13-jährigen Mädchen wird dies noch deutlicher: Mit sehr hohem Abstand belegt hier das Wendy-Magazin den ersten Platz mit einer Reichweite von 373.000 Leserinnen pro Ausgabe; dicht gefolgt von Mädchen mit 361.000 Leserinnen. Danach folgen Popcorn (281.000 LpA) und Barbie (234.000 LpA) auf dem dritten und vierten Platz.
- Bei den sechs- bis 13-jährigen Jungs finden sich vier Titel von Egmont Ehapa Media unter den Top 5: Walt Disney Lustiges Taschenbuch (332.000 LpA) auf dem zweiten, Micky Maus Comics (330.000 LpA) auf dem dritten, das Micky Maus-Magazin (304.000 LpA) auf dem vierten und Donald Duck & Co (280.000 LpA) auf dem fünften Platz.

Vier bis fünf Jahre (Vorschul-Segment):

- Das Segment der Vorschul-Magazine wird ebenfalls von Egmont Ehapa Media angeführt: 159.000 Kinder zwischen vier und fünf Jahren begeistern sich für das Benjamin Blümchen-Magazin. Disney Winnie Puuh schafft es mit 129.000 Lesern auf den dritten Platz.
- Während sich die Mädchen im Alterssegment zwischen vier und fünf Jahren unter den Egmont Ehapa Media-Titeln am ehesten für das Barbie- (83.000 LpA) oder Wendy-Magazin (66.000 LpA) begeistern, sind die gleichaltrigen Jungs stärker an Benjamin Blümchen (96.000 LpA) und Disney Winnie Puuh (74.000 LpA) interessiert. Diese Titel sind allesamt jeweils in den Top 5 der beliebtesten Zeitschriften innerhalb der genannten Altersgruppe zu finden.

Sechs bis neun Jahre:

- Mit Blick auf die Zielgruppe der Kinder zwischen sechs und neun Jahren gewinnen die Titel von Egmont Ehapa Media vollständig die Top 6: Die beliebtesten Magazine sind hier Micky Maus Comics (246.000 LpA), das Micky Maus-Magazin (232.000 LpA), Donald Duck & Co. (208.000), Wendy (208.000 LpA), Barbie (181.000 LpA), Walt Disney Lustiges Taschenbuch (179.000 LpA).
- Bei den sechs- bis neunjährigen Mädchen belegen Wendy (207.000 LpA) und Barbie (181.000 LpA) die ersten beiden Plätze.
- Die sechs- bis neunjährigen Jungs fühlen sich dagegen eher in Entenhausen heimisch: Hier führt Micky Maus Comics die Rangliste mit 184.000 begeisterten Lesern an, dicht gefolgt vom Micky Maus-Magazin mit 169.000 Lesern.

Zehn bis 13 Jahre:

- Bei den älteren Kindern zwischen zehn und 13 Jahren schaffen es drei Titel in die Top 5 der reichweitenstärksten Magazine. Die Plätze zwei bis vier gehen hier an Walt Disney Lustiges Taschenbuch (313.000 LpA), Mädchen (308.000 LpA) und Popcorn (274.000 LpA).
- Bei Mädchen zwischen zehn und 13 Jahren führt Egmont Ehapa Media mit einem deutlichen Abstand: Den ersten Platz belegt hier Mädchen (306.000 LpA), gefolgt von Popcorn (244.000 LpA) und Wendy (166.000 LpA).
- Bei den Jungs zwischen zehn und 13 Jahren platziert sich Egmont Ehapa Media mit vier Titeln in den Top 5. Die Plätze zwei bis fünf gehen hier an Walt Disney Lustiges Taschenbuch (206.000 LpA), Micky Maus Comics (147.000 LpA), Donald Duck & Co. (146.000 LpA) und Micky Maus-Magazin (135.000 LpA).

Zu den Ergebnissen hält Jörg Risken, Publishing Director Magazines, fest: „Wir freuen uns über das starke Abschneiden unserer Titel und sehen uns darin bestärkt, dass Content-getriebene Magazine nachhaltig die stärksten Reichweiten erzielen. Neben unseren Klassikern haben sich unsere beiden neuen Titel Mädchen und Popcorn auf Anhieb Top-Platzierungen und Reichweiten gesichert.“

Dirk Eggert, Head of Media Sales and Corporate Publishing, ergänzt: „Die Reichweiteregebnisse der aktuellen Kinder-Medien-Studie zeigen diesmal noch deutlicher als in den Jahren zuvor, dass unsere starken Marken die klaren Favoriten bei den lesenden Kids sind – allen voran die Disney Kindermagazine aus dem Entenhausen-Kosmos.“

Die Kinder-Medien-Studie 2019 der sechs Verlage Blue Ocean Entertainment AG, Egmont Ehapa Media GmbH, Gruner + Jahr, Panini Verlags GmbH, SPIEGEL-Verlag und ZEIT Verlag hat untersucht, welche Medien 7,31 Millionen Kinder zwischen vier und

13 Jahren in Deutschland konsumieren. Die KMS beleuchtet außerdem, wie und wie oft sie diese Medien nutzen, wie sie generell ihre Freizeit gestalten, ob es Unterschiede im Online- und Offline-Verhalten gibt und welche Rollen Eltern und Freunde spielen.

In der KMS 2019 wurden insgesamt 46 Kindermagazine abgefragt.

2.000 Doppel-Interviews von zufällig ausgewählten Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren und jeweils einem Erziehungsberechtigten liefern repräsentative Daten für 5,85 Millionen deutschsprachige Kinder in dieser Altersgruppe. Ergänzt werden diese Daten durch weitere Informationen des Haupterziehers zum befragten Kind.

Darüber hinaus wurde die Zielgruppe der Vorschulkinder im Alter von vier und fünf Jahren erhoben. 502 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten geben einen repräsentativen Einblick in die Kindermediennutzung von 1,47 Millionen deutschsprachigen Kindern in dieser Altersgruppe.

Weitere Informationen zur Studie erhalten Sie gerne auf Anfrage.

Pressekontakt:

Christian Fränzel
Product & PR Manager
Egmont Ehapa Media GmbH
Fon +49 (0)30/ 24 00 80
E-Mail c.fraenzel@egmont.de

Die skandinavische Egmont Mediengruppe zählt zu den führenden Anbietern in der Kinder- und Jugendunterhaltung in Deutschland. Egmont Ehapa Media GmbH und die Egmont Verlagsgesellschaften mbH publizieren am Standort Berlin vorrangig Magazine und Bücher sowie Corporate Publishing- und Digitalprodukte. Populäre Marken wie „Asterix“, „Walt Disney Lustiges Taschenbuch“, „Micky Maus-Magazin“, „Wendy“, „POPCORN“, „Mädchen“, „Sailor Moon“, „Detektiv Conan“, „Galileo genial“, „KiKANINCHEN“, „Barbie“ und „Disney Die Eiskönigin“ prägen das erfolgreiche Portfolio. Die Egmont-Gruppe verlegt Medien in 30 Ländern und ist im Besitz der dänischen Egmont-Foundation, die sich vorwiegend der Verbesserung sozialer und kultureller Lebensumstände von Kindern widmet.