



Trend Tracking Kids® 2009

Ergebnisse zu High Interest Themen bei
6- bis 19-jährigen Kindern und Jugendlichen
in Deutschland

Juli 2009

Mit Charts zum
Trendvergleich 2008 / 2009

iconkids & youth international research GmbH

Rückertstraße 4 • 80336 München • Tel.: ++49/89/54 46 29-0 • Fax: ++49/89/54 46 29-24
info@iconkids.com • www.iconkids.com

Inhalt

/1

	Seite
■ Steckbrief der Untersuchung	5
■ Hinweise zu den Charts	6
■ Die Ergebnisse der einzelnen Themenbereiche im Detail	
● Fernsehen	7
→ <i>Beliebteste Fernsehsender und Fernsehsendungen</i>	8
→ <i>Beliebteste Fernsehwerbungen</i>	23
● Beliebteste High Interest Themen (6- bis 12-Jährige)	30
● Idole	39
→ <i>Beliebteste Personen</i>	42
→ <i>Beliebteste Musiker</i>	50

Inhalt

/2

	Seite
● Die Ergebnisse der einzelnen Themenbereiche im Detail (Forts.)	
● Freizeit	55
● Beliebteste Dinge zum Angeben: Statussymbole	62
● Mediennutzung	70
→ Nutzung verschiedener Medien	73
→ Medienbesitz	81
● Technik	85
→ Computer: Verfügbarkeit, Nutzung, Aktivitäten	91
→ Internet: Nutzung, Verfügbarkeit, Aktivitäten, beliebteste Websites, Profile im Internet	96
→ Spielkonsole: Verfügbarkeit, Nutzung	119
→ Handy: Verfügbarkeit, Vertragsart, Nutzung, Aktivitäten	126
● Zeitschriften & Comics: <i>Generelle Nutzung, beliebteste Titel</i>	134

Inhalt

/3

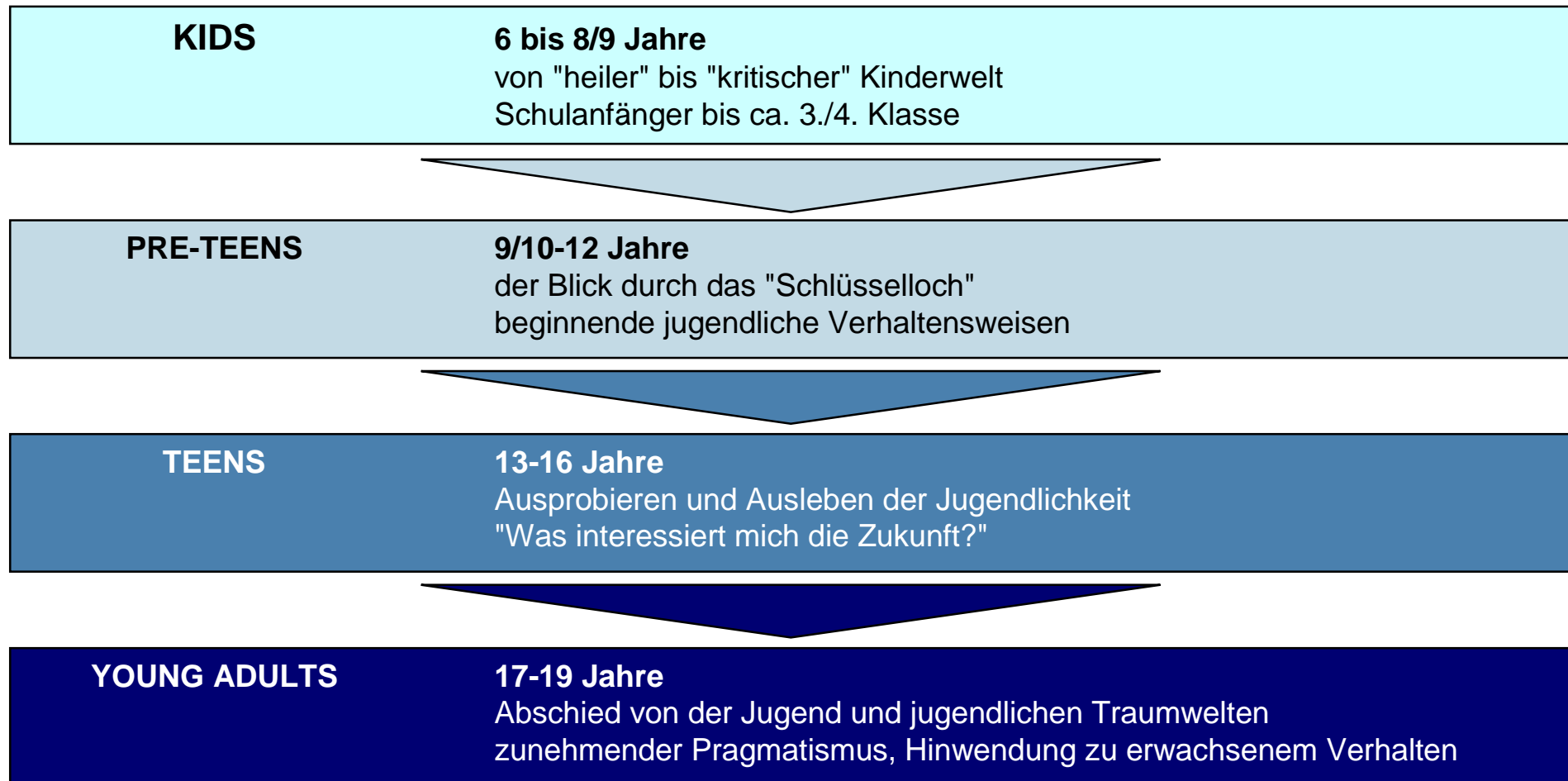
	Seite
● Die Ergebnisse der einzelnen Themenbereiche im Detail (Forts.)	
● Beliebtstes Spielzeug (6- bis 12-Jährige)	143
● Die beliebtesten Marken / Einkaufsstätten:	152
→ Kleidermarken	154
→ Schuhmarken	158
→ Handymarken	162
→ Einkaufsstätten für Kleidung	166
→ Einkaufsstätten für Produkte zum Stylen und Körperpflege	169
→ Einkaufsstätten für Technik	172
● Finanzielle Situation	175
→ Einnahmen (Hochrechnung)	177
→ Ausgaben (Hochrechnung)	180

Steckbrief der Untersuchung

- **Stichprobe:** **n = 1.468 Interviews mit 6- bis 19-Jährigen** in Deutschland
 (repräsentativ gewichtet für eine Grundgesamtheit von 11,21 Millionen)
 Quotenstichprobe bzgl. Alter, Geschlecht und Schulabschluss des
 Haushaltsvorstandes (bei 6- bis 12-Jährigen) bzw. eigener Schulabschluss
 (bei 13- bis 19-Jährigen) sowie der Familienstand der Mutter
 geschichtet nach Bundesländern und Gemeindegrößenklassen (Sample Points)
- **Methode:** **In-home face-to-face Interviews**
 mit einem teilstrukturierten Fragebogen, der größtenteils aus offenen Fragen
 besteht, um die wirklichen Top of Mind Nennungen erfassen zu können
 Einsatz jugendlicher Interviewer
- **Befragungszeitraum:** 03. März 2009 bis 03. April 2009
- **Durchführendes Institut:** iconkids & youth international research GmbH, München

Hinweise zu den Charts

- Die Ergebnisse wurden in den meisten Themenbereichen getrennt nach Geschlecht und entwicklungspsychologisch sinnvollen Altersgruppen unterteilt, die sich wie folgt gliedern:



Untergruppen in den Excel-Tabellen

GESAMT	GEBIET		GESCHLECHT		ALTER				ALTER DER JUNGEN				ALTER DER MÄDCHEN			
	ABL	NBL	Jungen	Mädchen	6 - 12 Jahre	6 - 16 Jahre	13 - 16 Jahre	13 - 19 Jahre	6 - 12 Jahre	6 - 16 Jahre	13 - 16 Jahre	13 - 19 Jahre	6 - 12 Jahre	6 - 16 Jahre	13 - 16 Jahre	13 - 19 Jahre

GESAMT	ALTER				ALTER DER JUNGEN				ALTER DER MÄDCHEN			
	6 - 9 Jahre	10 - 12 Jahre	13 - 16 Jahre	17 - 19 Jahre	6 - 9 Jahre	10 - 12 Jahre	13 - 16 Jahre	17 - 19 Jahre	6 - 9 Jahre	10 - 12 Jahre	13 - 16 Jahre	17 - 19 Jahre

GESAMT	ALTER							ALTER DER JUNGEN							ALTER DER MÄDCHEN						
	6 - 7 Jahre	8 - 9 Jahre	10 - 11 Jahre	12 - 13 Jahre	14 - 15 Jahre	16 - 17 Jahre	18 - 19 Jahre	6 - 7 Jahre	8 - 9 Jahre	10 - 11 Jahre	12 - 13 Jahre	14 - 15 Jahre	16 - 17 Jahre	18 - 19 Jahre	6 - 7 Jahre	8 - 9 Jahre	10 - 11 Jahre	12 - 13 Jahre	14 - 15 Jahre	16 - 17 Jahre	18 - 19 Jahre

Ihre Ansprechpartner zum Trend Tracking Kids® 2009 Research

Denise Ullrich

089 / 54 46 29 - 28

d.ullrich@iconkids.com

Sophie Ba

089 / 54 46 29 - 36

s.ba@iconkids.com

Fax: 089 / 54 46 29 - 24

Internet: <http://www.iconkids.com>

iconkids & youth

international research GmbH

Rückertstraße 4

80336 München

Alle Rechte an dieser Untersuchung liegen ausschließlich bei iconkids & youth.

Zitate und Auszüge aus dieser Studie dürfen uneingeschränkt verwendet werden, wenn sie mit eindeutiger Quellenangabe versehen sind: Trend Tracking Kids® 2009, iconkids & youth international research GmbH.