

2026

iconKIDS
& YOUTH



Mehrthemenumfragen (repräsentativ, face-to-face, in home) bei Kindern, Jugendlichen + Eltern

Untersuchungsdesign, Timing und Kosten

iconkids & youth international research GmbH

Rückertstraße 4, 80336 München

Tel.: 089 544 629-0, Fax: 089 544 629-24

info@iconkids.com, www.iconkids.com

Was ist eine Mehrthemenumfrage?	Eine Mehrthemenumfrage ist die repräsentative Befragung einer vorab definierten Zielgruppe. An einer Mehrthemenuntersuchung können sich mehrere Kunden mit unterschiedlichen Fragestellungen beteiligen. Die Ergebnisse werden exklusiv nur an den jeweiligen Auftraggeber übermittelt.
Der Vorteil von Mehrthemenumfragen	Die bei repräsentativen Untersuchungen anfallenden hohen organisatorischen Fixkosten (Bildung der Stichprobe, Durchführung der Interviews – face-to-face, in home – Einsatz, Schulung und Kontrolle der Interviewer) werden durch die Umverteilung auf mehrere Kunden für jeden Teilnehmer enorm reduziert. Jeder Kunde zahlt ausschließlich nur für seine individuellen Fragen – eine Beteiligung mit nur einer Frage ist auch möglich.
Unsere Zielgruppen bei Mehrthemenumfragen	iconkids & youth bietet maßgeschneiderte Mehrthemenumfragen im Hinblick auf junge Zielgruppen: ▶ Kinder von 3 bis 12 Jahren und / oder deren Eltern ▶ Jugendliche von 13 bis 19 Jahren und / oder deren Eltern ▶ Eltern von Kindern im Alter von 0 bis 5 Jahren

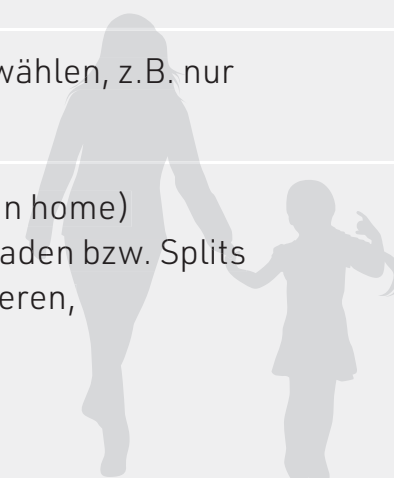
Warum face-to-face und nicht online?

Nur face-to-face-Interviews liefern repräsentative Daten für **alle** Schichten der Bevölkerung. Denn hier wird bei der Stichprobenbildung **nicht nur** auf das Alter, Geschlecht und die regionale Verteilung der Befragten geachtet, sondern **auch** auf deren **Bildungsniveau, Schichtzugehörigkeit und Migrationshintergrund**.

Diesbezüglich stoßen Online-Access-Panels an ihre Grenzen, da sie **nicht** alle Schichten ausreichend gut erreichen und somit in den Umfragen auch **nicht** abbilden können (Online-Bias).



Persönliche Befragungssituation – face-to-face , in home	Die Zielgruppe wird in ihrer gewohnten häuslichen Umgebung befragt. ▶ <i>Keine künstliche Studioatmosphäre, keine Straßenbefragung, kein Online-Bias!</i>
Beratung durch Experten	Beratung bei der Konzeption des Fragebogens und zielgruppengerechte Formulierung der Fragen durch erfahrene Kinder- und Jugendforscher
Gezielte Ansprache junger Zielgruppen	Durch die gezielte, exklusive Befragung von Kindern und Jugendlichen werden repräsentative Ergebnisse für die jeweilige Grundgesamtheit garantiert. ▶ <i>Keine Fehlinterpretationen auf der Basis der Ergebnisse von Untergruppen im Rahmen von (gewichteten) Erwachsenenbefragungen!</i>
Gruppenunterschiede können analysiert werden	Die Größe der Stichprobe erlaubt eine signifikante Unterscheidung von Untergruppen wie z.B. nach Geschlecht im Altersverlauf.
Belegung von Teilstichproben	Pro Zielgruppe ist es möglich, auch Teilstichproben auszuwählen, z.B. nur bestimmte Altersgruppen, nur Mädchen, nur Jungen etc.
Testen von Konzepten, Verpackungen und Produkten	Durch die persönliche Befragungssituation (face-to-face, in home) ist es möglich, Konzept- und Produkttests für bis zu 7 Monaten bzw. Splits durchzuführen: z. B. durch Anschauen, Anfassen, Ausprobieren, Vergleichen, Verkosten etc.



Methode

- ▶ **Persönliche face-to-face** Interviews im Haushalt der Familien (CAPI)
- ▶ weitgehend strukturierter Fragebogen
- ▶ **Einsatz junger Interviewer** - ein Generationsunterschied als störender Einflussfaktor wird weitgehend ausgeschlossen

Stichprobe

- ▶ **Repräsentative Flächenstichprobe** in ganz Deutschland nach BIK Sample Points
- ▶ Auswahl der Befragungspersonen im ...
 - **iconBABY+ bus** nach den Quotenmerkmalen Alter, Geschlecht und Migrationshintergrund des Kindes, Schulabschluss des Haushaltsvorstandes, Familienstand der Mutter
 - **iconKIDS bus** nach den Quotenmerkmalen Alter, Geschlecht und Migrationshintergrund des befragten Kindes, Schulabschluss des Haushaltsvorstandes, Familienstand der Mutter
 - **iconYOUTH bus** nach den Quotenmerkmalen Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund und Schulbesuch / -abschluss des befragten Jugendlichen



DIE MEHRTHEMENUMFRAGEN VON ICONKIDS & YOUTH IM ÜBERBLICK

ALTER DER ZIELGRUPPE IN JAHREN	0	iconBABY+ bus	Befragung von Eltern mit Kindern ► im Alter von 0 bis 5 Jahren ► und / oder der 3- bis 5-Jährigen	Stichprobengröße ► n = 700 Eltern ► n = ca. 350 3- bis 5-Jährige
	5			
	6	iconKIDS bus	Befragung von ► 6- bis 12-Jährigen ► und / oder deren Eltern	Stichprobengröße ► n = 700 Kinder ► + deren Eltern
	12			
	13	iconYOUTH bus	Befragung von ► 13- bis 19-Jährigen ► und / oder deren Eltern	Stichprobengröße ► n = 700 Jugendliche ► + deren Eltern
	19			

ALTER DER ZIELGRUPPE IN JAHREN	0	iconBABY+ bus	Redaktionsschluss: (= Vorlage des finalen Fragebogens für Ihre Fragen)		Übermittlung der Ergebnisse: (Excel-Tabellen)		
	5		21. Januar	●	→	Anfang März	(Ende KW 10)
			18. Februar	●	→	Mitte April	(Ende KW 16)
			8. April	●	→	Mitte Mai	(Ende KW 21)
			20. Mai	●	→	Mitte Juli	(Ende KW 28)
			26. August	●	→	Mitte Oktober	(Ende KW 41)
			23. September	●	→	Anfang November	(Ende KW 45)
		4. November	●	→	Mitte Dezember	(Ende KW 51)	
	6	21. Januar	●	→	Anfang März	(Ende KW 10)	
18. Februar		●	→	Mitte April	(Ende KW 16)		
8. April		●	→	Mitte Mai	(Ende KW 21)		
20. Mai		●	→	Mitte Juli	(Ende KW 28)		
26. August		●	→	Mitte Oktober	(Ende KW 41)		
23. September		●	→	Anfang November	(Ende KW 45)		
4. November		●	→	Mitte Dezember	(Ende KW 51)		
12	18. Februar	●	→	Mitte April	(Ende KW 16)		
	20. Mai	●	→	Mitte Juli	(Ende KW 28)		
	26. August	●	→	Mitte Oktober	(Ende KW 41)		
	4. November	●	→	Mitte Dezember	(Ende KW 51)		
13	18. Februar	●	→	Mitte April	(Ende KW 16)		
	20. Mai	●	→	Mitte Juli	(Ende KW 28)		
	26. August	●	→	Mitte Oktober	(Ende KW 41)		
	4. November	●	→	Mitte Dezember	(Ende KW 51)		
19	18. Februar	●	→	Mitte April	(Ende KW 16)		
	20. Mai	●	→	Mitte Juli	(Ende KW 28)		
	26. August	●	→	Mitte Oktober	(Ende KW 41)		
	4. November	●	→	Mitte Dezember	(Ende KW 51)		

KOSTEN FÜR EINE BETEILIGUNG AN DEN MEHRTHEMENUMFRAGEN VON ICONKIDS & YOUTH

Generell gilt:	Die Kosten sind abhängig von der Art der Fragestellung und der gewählten Fallzahl!	
Kosten pro Frage bei einer Fallzahl von n = 700	▶ Einfache Ja-Nein-Frage 760,- Euro ▶ Geschlossene Frage ... mit bis zu 10 Antwortvorgaben 1.200,- Euro ... mit bis zu 20 Antwortvorgaben 1.300,- Euro ▶ Offene Frage 1.550,- Euro ▶ zu skalierende Statements je 4 Statements 1.200,- Euro	
	Diese Preise verstehen sich für Kunden aus Deutschland zzgl. ges. MwSt.	
Rabatte	ab 5.000,- Euro Umsatz (netto) gewähren wir einen Rabatt von (mindestens) 5% bei der Belegung von Teilstichproben (z.B. nur ausgewählte Altersgruppen) reduzieren sich die Kosten anteilig	
Ergebnisübermittlung	Ergebnisse werden in Form von EDV-Tabellen (Excel-File) und auf Wunsch zusätzlich als SPSS-File übermittelt	
Untergruppen in den Tabellen	Gesamt • ABL / NBL • Jungen / Mädchen • 3 Altersgruppen sowie Mädchen und Jungen jeweils nach Altersgruppen • Schulbesuch / -abschluss / Migrationshintergrund freie Wahl eines 2. Tabellenkopfes mit bis zu 21 Untergruppen	
Grafische Aufbereitung und Analyse	auf Wunsch kalkulieren wir gerne die grafische Aufbereitung und schriftliche Analyse der Ergebnisse; diese ist in den oben ausgewiesenen Kosten noch nicht enthalten	



Denise Ullrich
+49 (0)89 544 629-28
d.ullrich@iconkids.com

Dieses Angebot ist vorläufig als
freibleibend zu betrachten!

iconkids & youth
international research GmbH
Rückertstraße 4, 80336 München
Tel.: 089 544 629-0
Fax: 089 544 629-24
info@iconkids.com
www.iconkids.com