

Fourscreen Touchpoints Kids

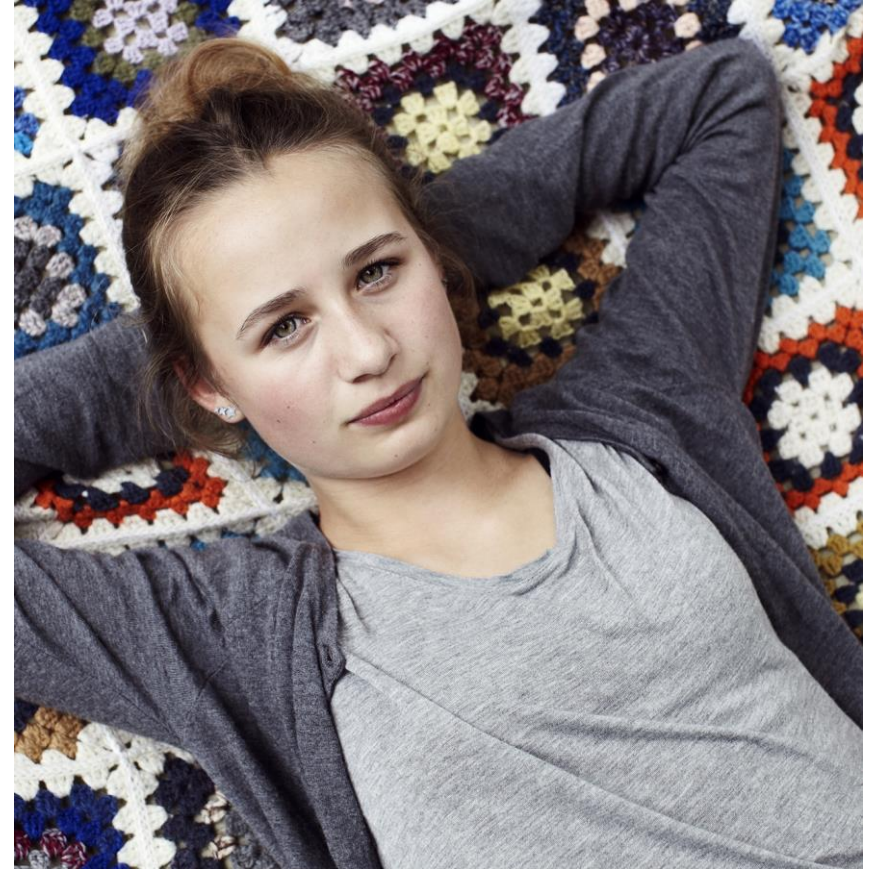
Mediennutzung im Tagesablauf

Cornelia Krebs

Leiterin Werbewirkungsforschung
IP Deutschland

Robert Schäffner

Leiter Markt-Media-Forschung
IP Deutschland



Mobile Tagebuchstudie

Diskriminierungsfreie Erfassung der Mediennutzung

- Stichprobe: 8- bis 13-jährige Kinder
- Befragung per Smartphone mit der „I love MyMedia“-App
- 30-minütige Erhebungsfrequenz über 72 Stunden hinweg
- Berücksichtigung von Pausen (Schule, Freizeitaktivitäten, Schlafen etc.)
- Durchschnittliche Interviewdauer: 3,25 Minuten
- Durchschnittliche Anzahl Interviews pro Kind: 29

Institute:

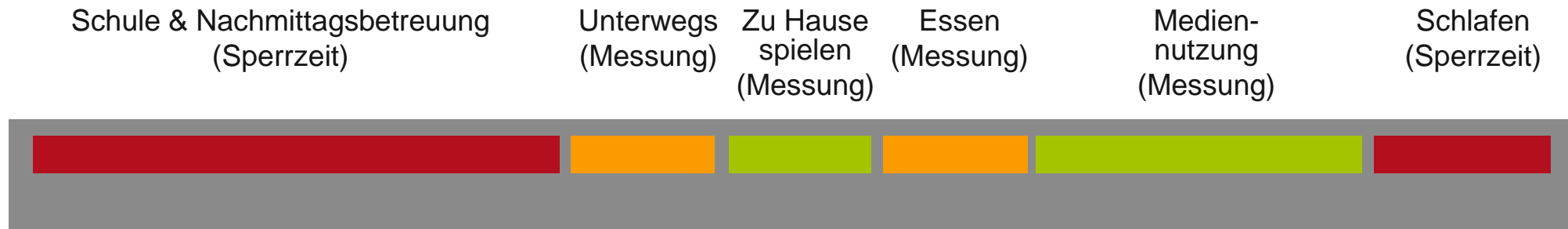


Pro Kind 144 Messpunkte (3 Tage lang 48 Halbstunden-Messungen pro Tag), das ergibt 5.864 Kontakte (inkl. Pausen).

Der Alltag wird komplett erfasst

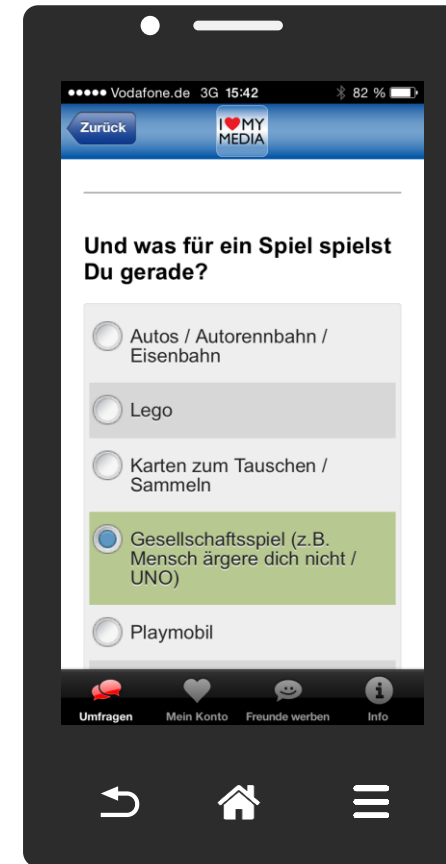
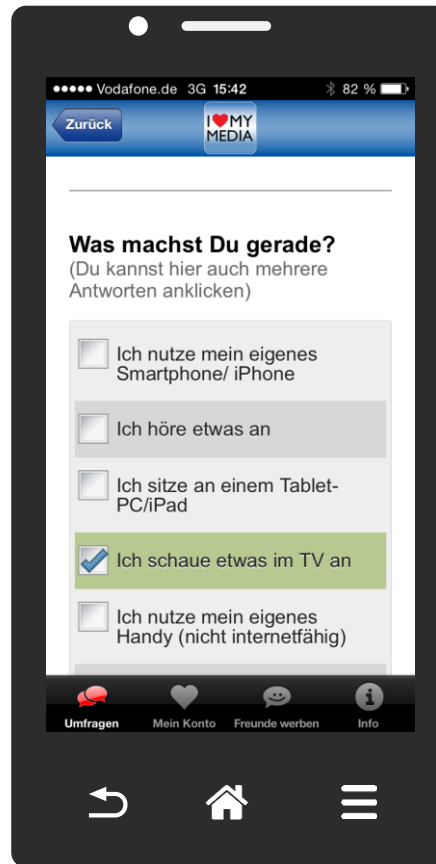
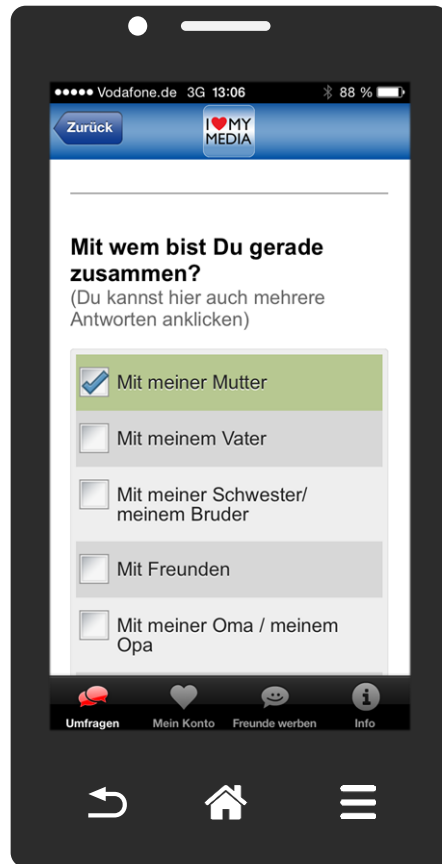
Methode der Studie

- Detaillierte Abfrage der Aktivitäten in den freigegebenen Zeiten.
- Plus: Grundlegende Informationen über die Aktivitäten in den Zeiten, in denen das Gerät gesperrt wurde.
- Die Freizeit der Kinder beginnt nach der Schule. Der Schulbesuch ist - neben dem Schlafen - der Hauptgrund für die Sperrung des Gerätes.



Mobile Tagebuchstudie

Die „I love MyMedia“-App als Tagebuch



Ein Samstag von Hanna

PROFIL:

- 8 Jahre, Einzelkind
- Lebt mit beiden Elternteilen zusammen
- Wohnt in einer Stadt in Thüringen
- Besucht die 3. Klasse
- Spielt häufig mit Puppen/Stofftieren und trifft sich oft mit Freunden
- Treibt mehrmals die Woche Sport (außerhalb eines Vereins)
- Besitzt weder ein eigenes Handy noch einen eigenen Fernseher
- Vater ist ganztags und Mutter halbtags berufstätig, HHNE bis 3.500 Euro



Ein Samstag von Hanna

Aufstehen und Frühstück



Schwimmunterricht



Mittagessen



Anwesende	
Ort	SPERRZEIT
Tätigkeiten	
Mediennutzung	

Anwesende	
Ort	SPERRZEIT
Tätigkeiten	
Mediennutzung	

Anwesende	
Ort	SPERRZEIT
Tätigkeiten	
Mediennutzung	

Ein Samstag von Hanna

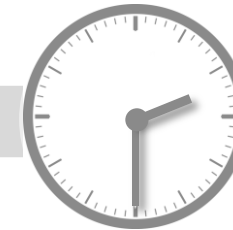
Unterhaltung



Unterwegs



Limo trinken



Anwesende	Mutter
Ort	Zu Hause/ in der Küche
Tätigkeiten	Unterhalte mich
Mediennutzung	keine

Anwesende	Alleine
Ort	Unterwegs/ draußen
Tätigkeiten	-
Mediennutzung	keine

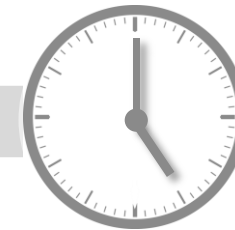
Anwesende	Freundin
Ort	Im Restaurant/ Café/ Imbiss
Tätigkeiten	Etwas zu Trinken gekauft (2-5 €)
Mediennutzung	keine

Ein Samstag von Hanna

Bei Hannas Freundin

Gemeinsam fernsehen

Mit der Mama nach Hause



Anwesende	Freundin
Ort	Bei meiner Freundin
Tätigkeiten	CD hören; Zeitschrift lesen; mich unterhalten
Mediennutzung	Hörmedien, Printmedien

Anwesende	Freundin
Ort	Bei meiner Freundin
Tätigkeiten	Spielfilm bei KiKa anschauen; mich unterhalten
Mediennutzung	TV

Anwesende	Mutter
Ort	Unterwegs/ draußen
Tätigkeiten	Bin zu Fuß nach Hause unterwegs
Mediennutzung	keine

Ein Samstag von Hanna

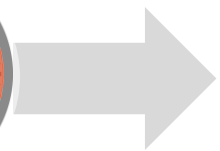
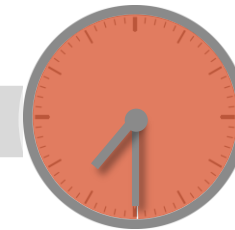
Zeichentrickfilm schauen



Hanna ist in ihrem Zimmer



Schlafen

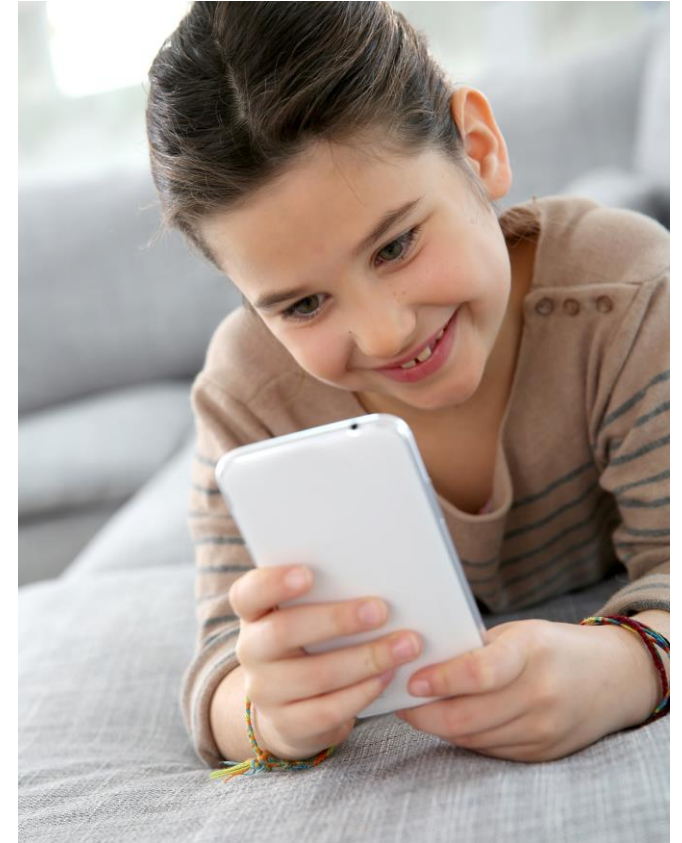


Anwesende	Mutter
Ort	Zu Hause/ im Wohnzimmer
Tätigkeiten	Zeichentrickfilm bei SUPER RTL anschauen; etwas essen
Mediennutzung	TV

Anwesende	Mutter
Ort	Zu Hause/ im Kinderzimmer
Tätigkeiten	Unterhalte mich
Mediennutzung	keine

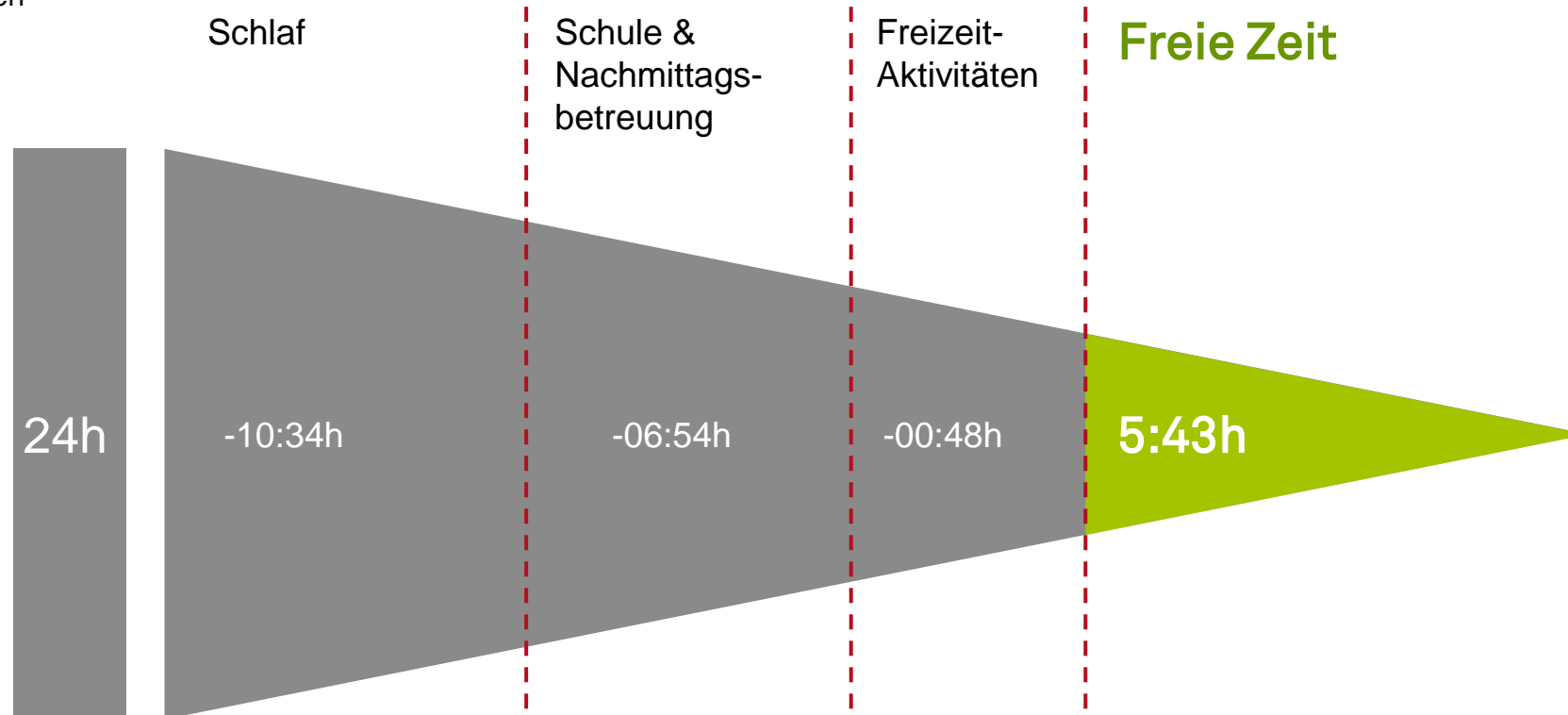
Anwesende	
Ort	
Tätigkeiten	SPERRZEIT
Mediennutzung	

Der Alltag von Kindern



Trotz Schule bleiben fast sechs Stunden freie Zeit

Aktivitäten und Tätigkeiten Mo-Do in Stunden



Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014. n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Fragen: „Wann stehst Du auf?“, „Wann gehst Du ins Bett?“, „Wann gehst Du zur Schule?“, „Bis wann bist Du in der Schule?“, „Was machst Du nach der Schule?“

Freie Zeit je Schulform und am Wochenende

Halbtagschule (26%)



6:33h

Ganztagschule (58%)



5:35h

Halbtagschule und
Nachbetreuung (16%)



5:02h

Freitag



6:40h

Samstag



9:40h

Sonntag



9:26h

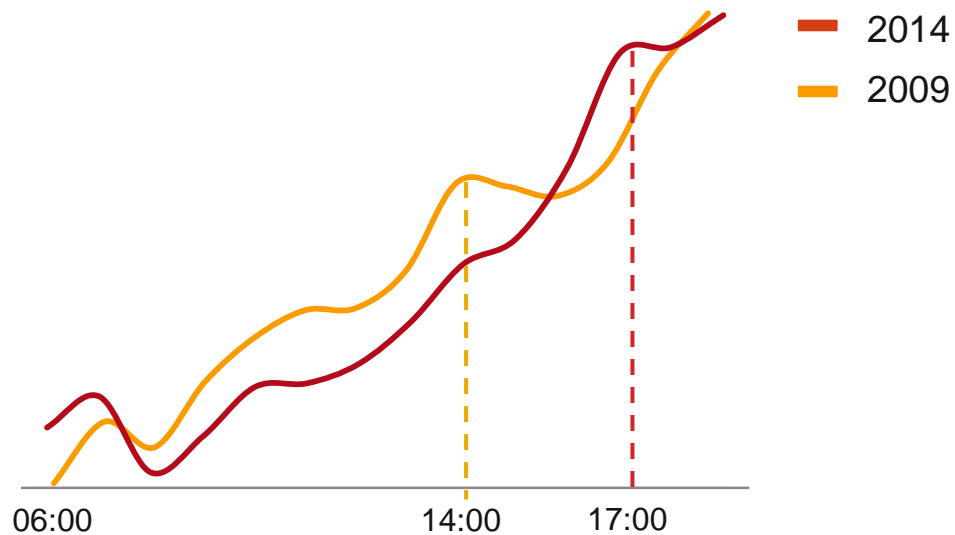
Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Fragen: „Wann stehst Du auf?“, „Wann gehst Du ins Bett?“, „Wann gehst Du zur Schule?“, „Bis wann bist Du in der Schule?“, „Was machst Du nach der Schule?“, „Welche Schule besucht Ihr Kind?“ (Frage an Eltern)

Kinder kommen später nach Hause

Schul- und Betreuungszeiten deutlich länger als in 2009

2009 versus 2014

„Bin zuhause“, Kontakte abs.

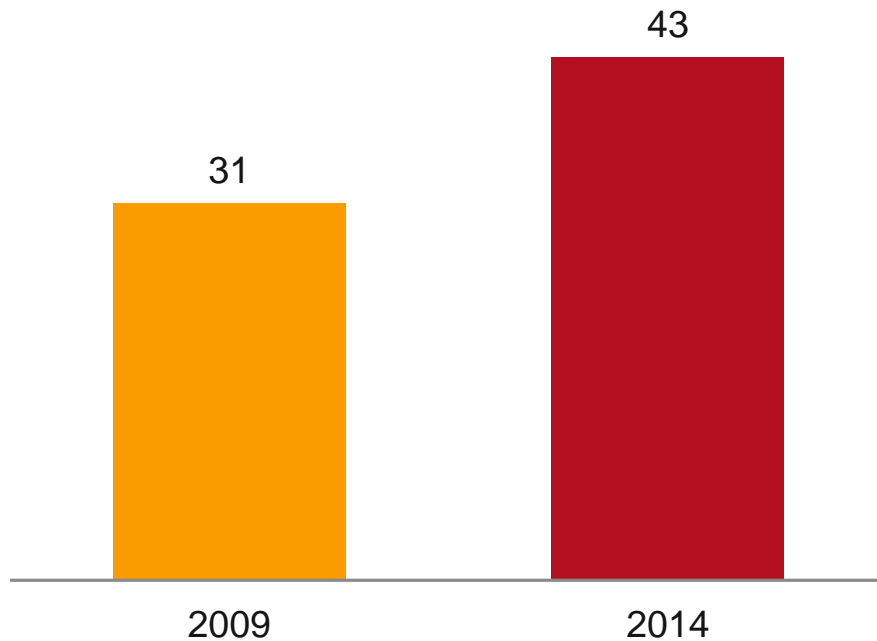


Quelle: IP Deutschland, MindSetKids 2009, n=658 und Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Wo bist Du gerade?“



Jedes zweite Kind ist gerade alleine

Zum Messzeitpunkt mit niemandem zusammen
in % der Kontakte

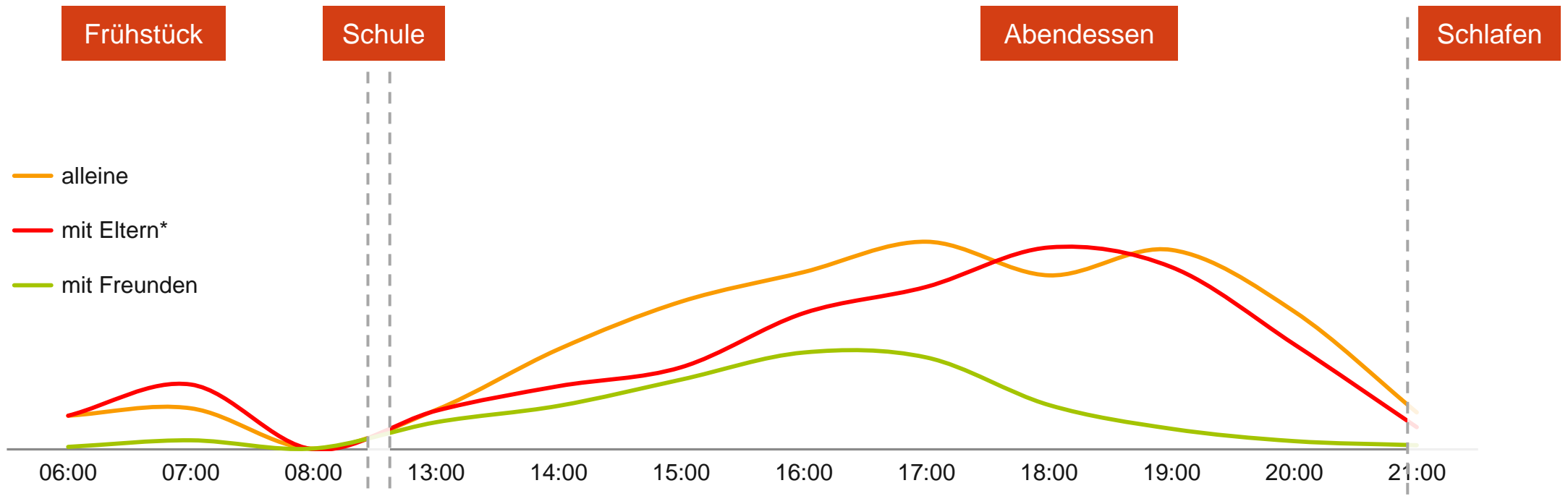


- Familienstrukturen ändern sich: 2014 gibt es deutlich mehr Kontaktpunkte, an denen Kinder gerade alleine sind.

Quelle: IP Deutschland, MindSetKids 2009, n=658 und Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren, Frage: „Mit wem bist Du zusammen?“

Den Abend verbringen Familien oft zusammen

Mo-Fr
Kontakte abs.



*mit Vater und/oder Mutter zusammen

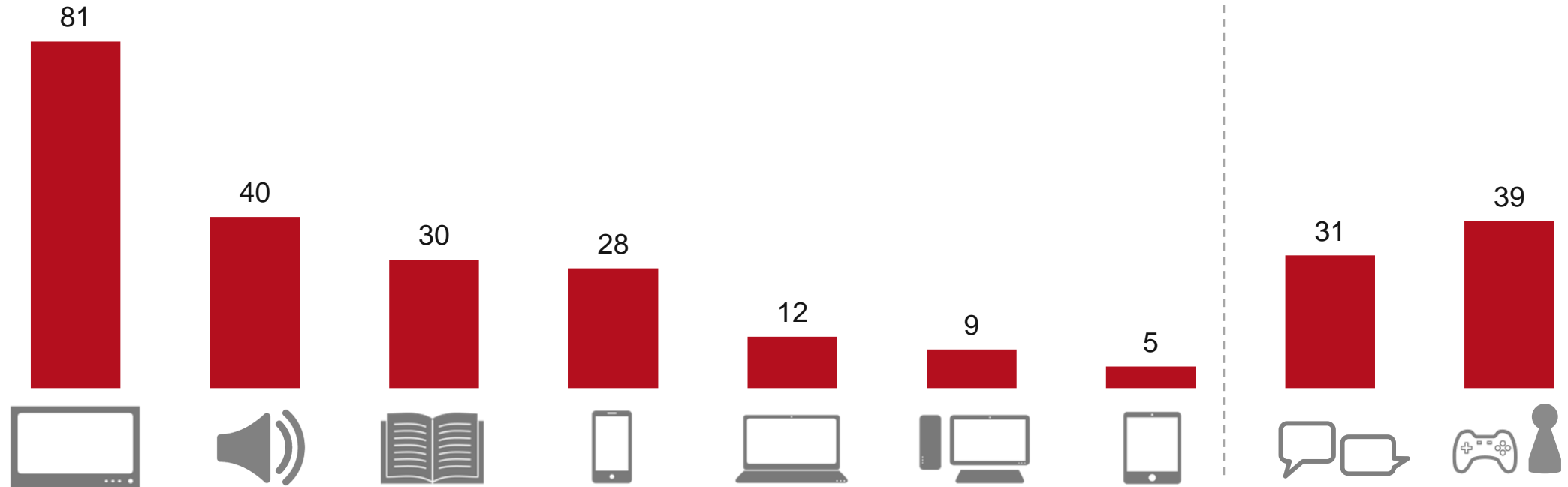
Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Mit wem bist Du zusammen?“

Der Medienalltag von Kindern



Die Multimediageneration

Medienbudget Mo-So in Minuten

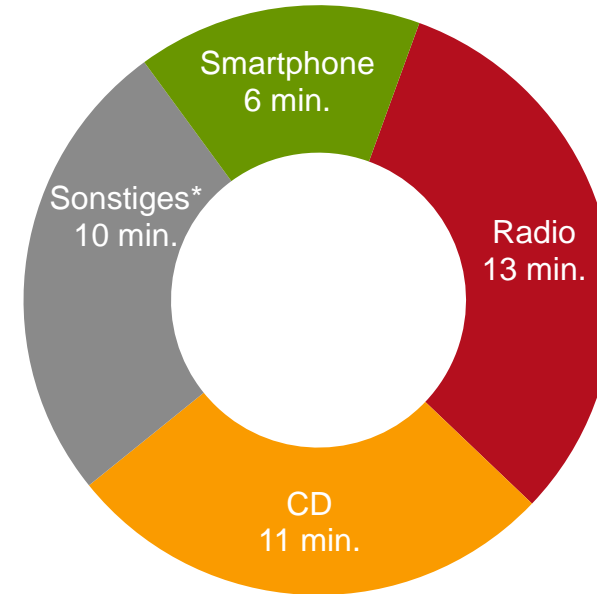
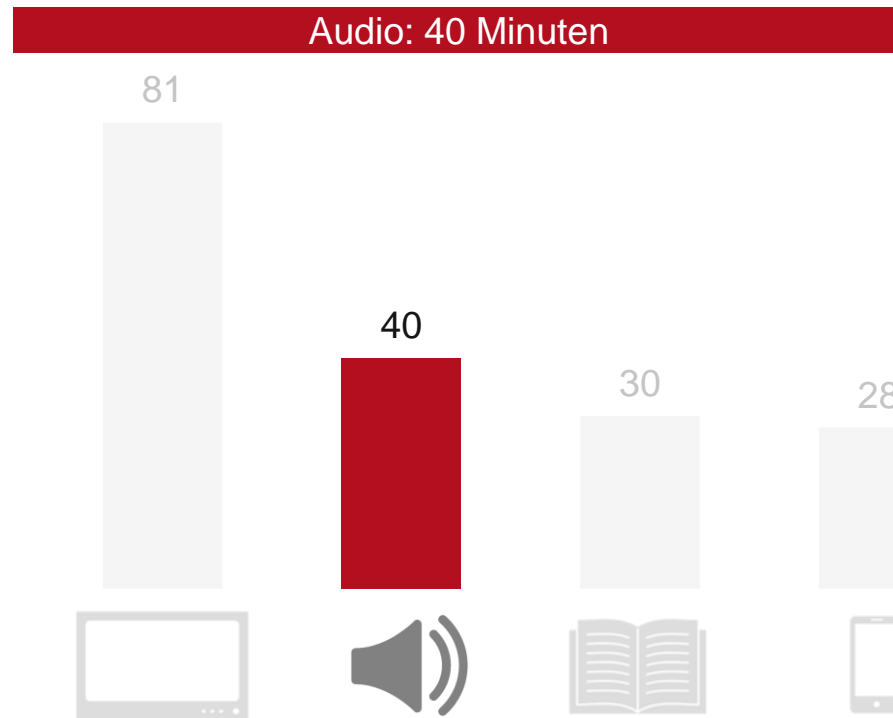


Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade?“

Musik ist wichtig für Kinder

Medienbudget Mo-So

in Minuten



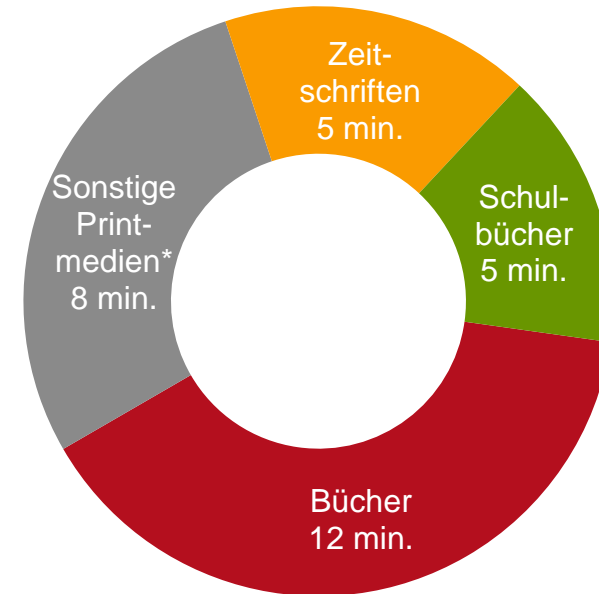
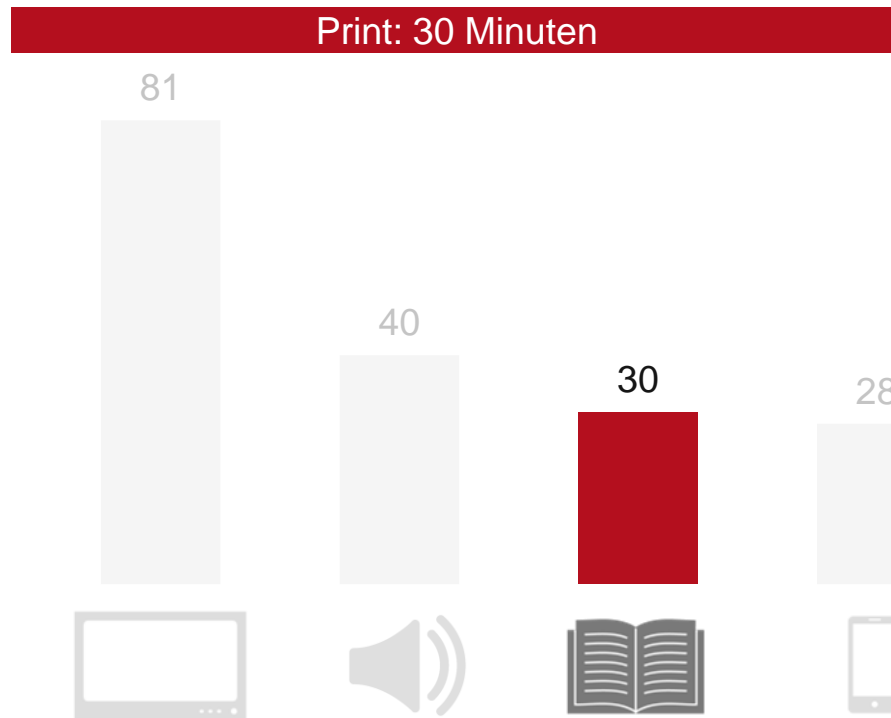
*Sonstiges: Kassettenrecorder, Mp3-Player/iPod, Handy, Fernseher, Computer, Laptop, Tablet-PC/iPad, etwas Anderes.

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade?“

Es wird noch gelesen

Medienbudget Mo-So

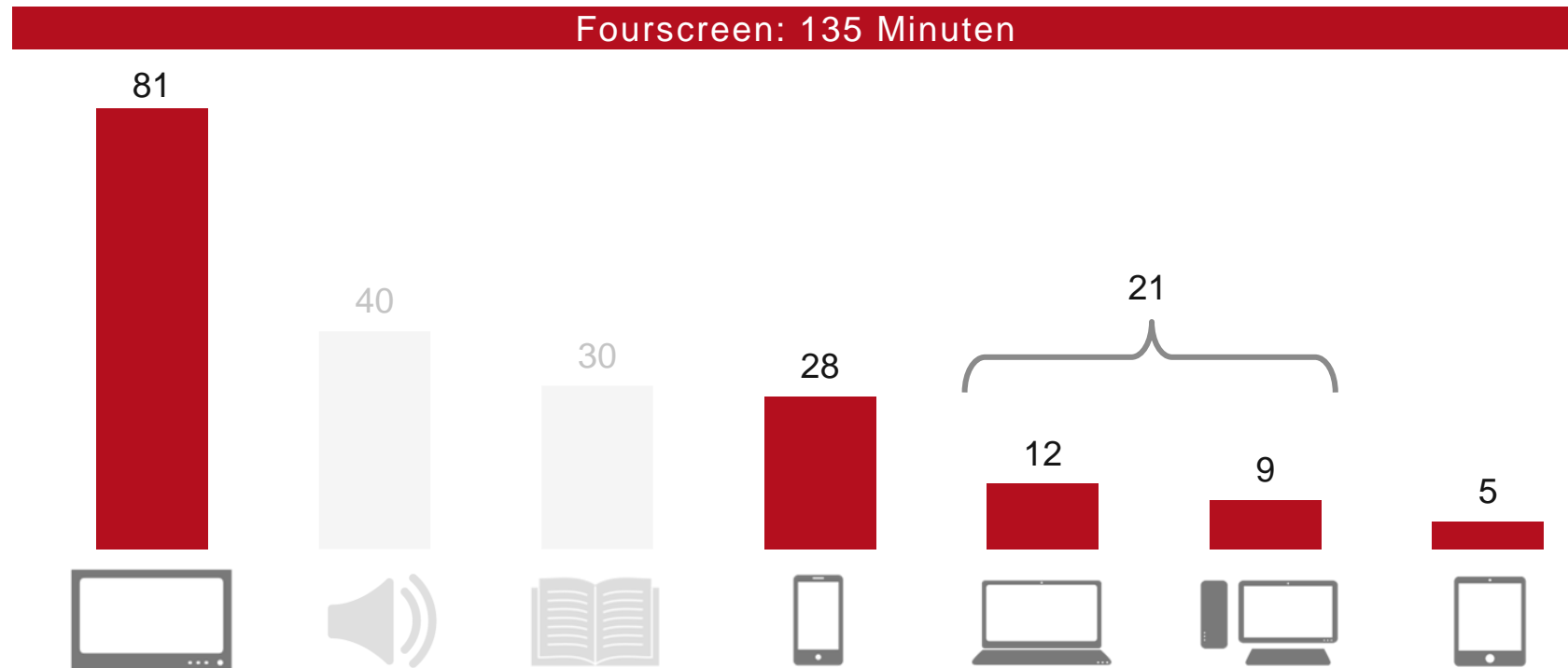
in Minuten



*Sonstige Printmedien: Comics/ Hefchen; Tageszeitung; Katalog; Werbeprospekte/ Broschüren; E-Book; Etwas anderes.
Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade?“

TV ist und bleibt das meistgenutzte Medium

Medienbudget Mo-So in Minuten

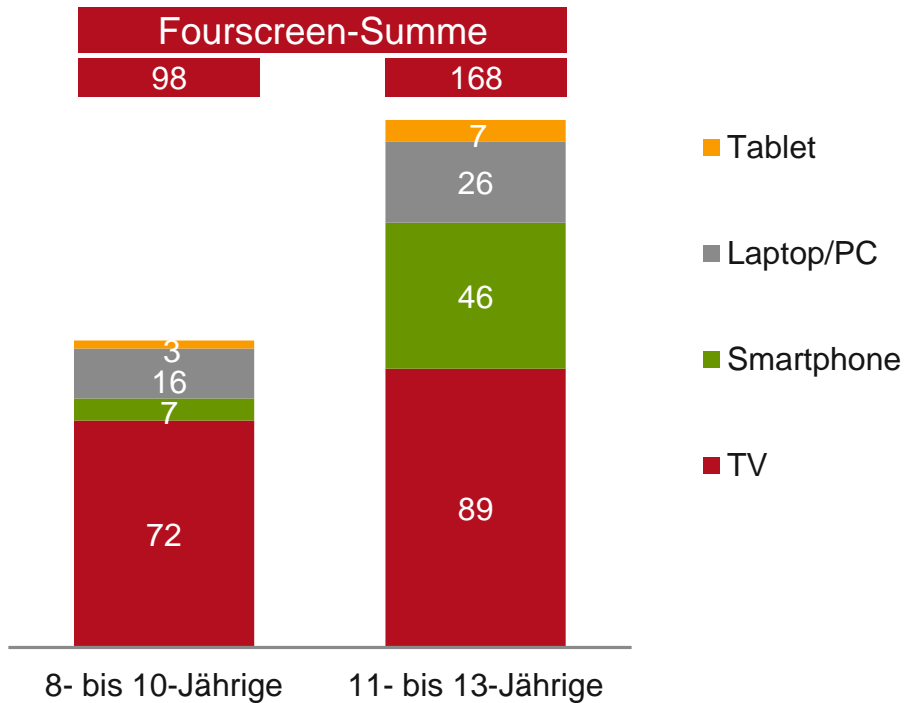


Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade?“

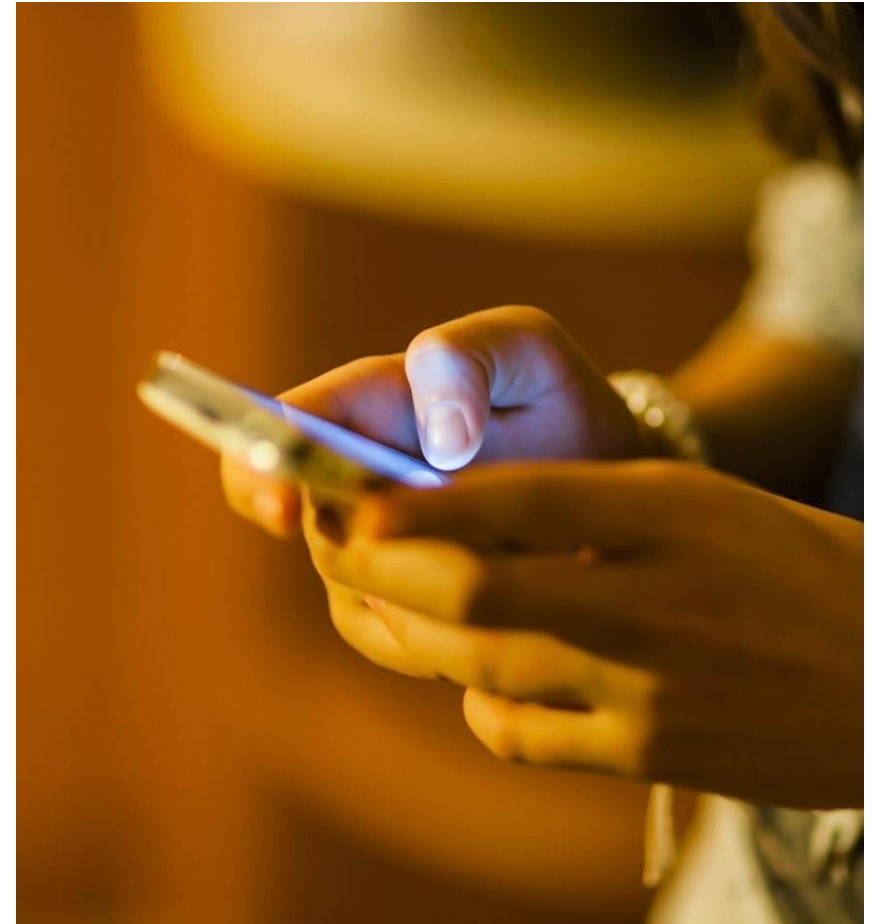
Ältere Kinder lieben ihr Smartphone

Und schauen mehr fern

Medienbudget Mo-So, im Alterssplit
in Minuten



Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade?“

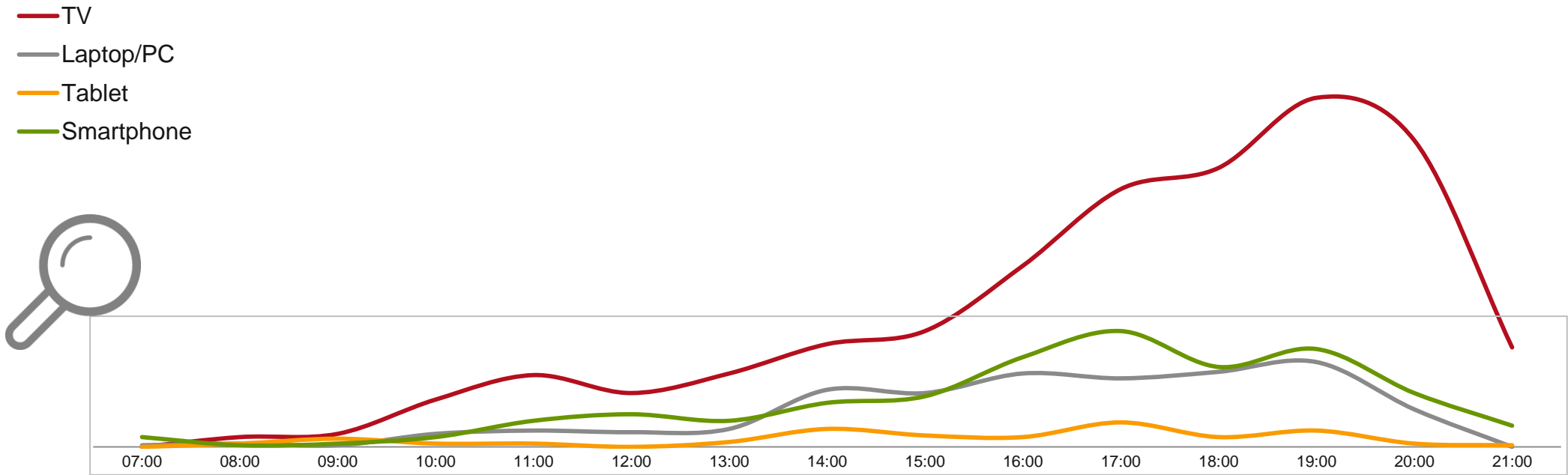


Heimkommen und fernsehen

Fourscreen-Medien im Tagesablauf

Mediennutzung Mo-So

Kontakte absolut



Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade?“

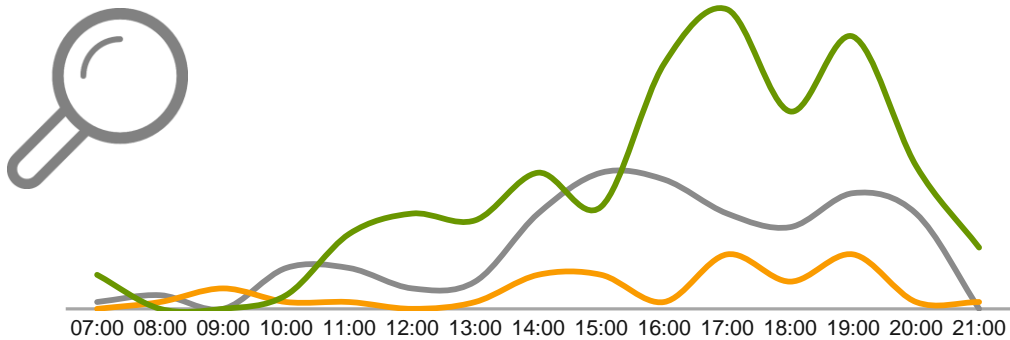
Mobile Medien sind beliebt

und werden fast ausschließlich zuhause genutzt

Mediennutzung zuhause

Kontakte abs.

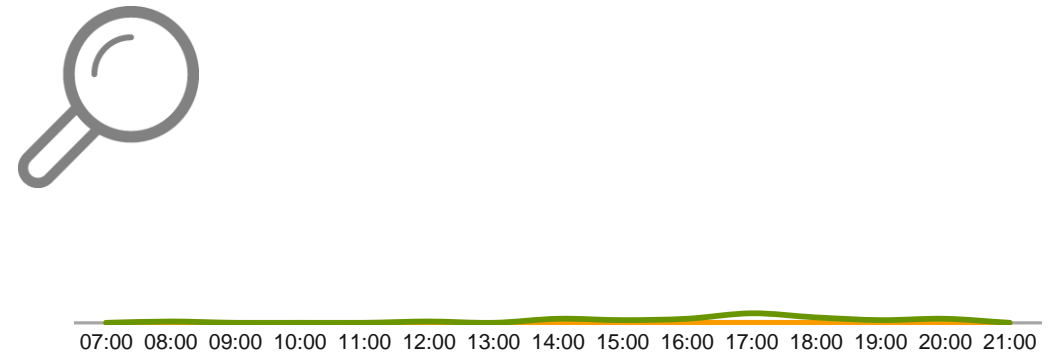
- Laptop/PC
- Tablet
- Smartphone



Mediennutzung unterwegs

Kontakte abs.

- Laptop
- Tablet
- Smartphone

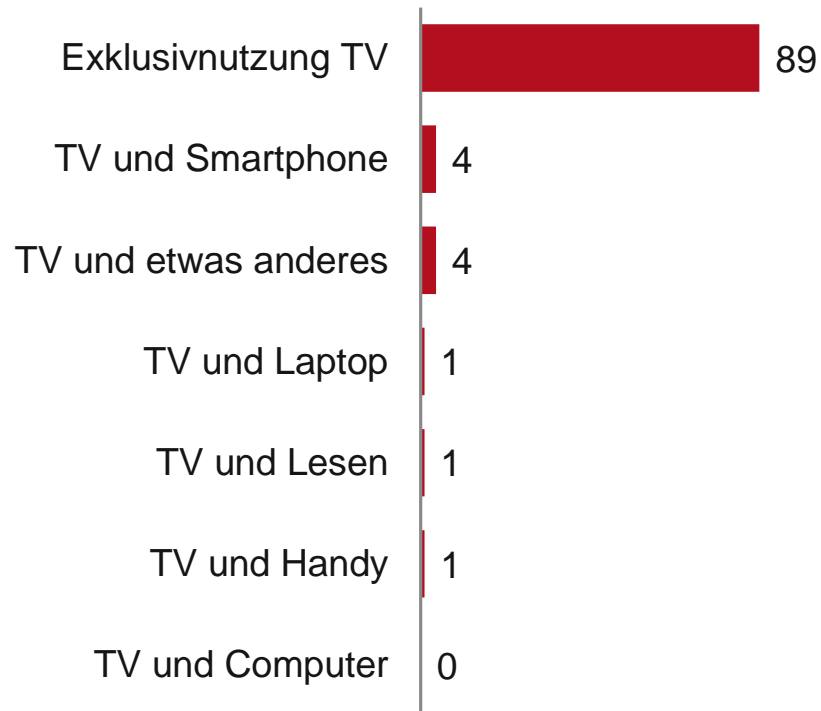


Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade?“, Mo-So.

Parallelnutzung spielt keine Rolle

Parallelnutzung von Medien

in % der Kontakte



- Kinder sind stark fokussiert in ihrer Aufmerksamkeit.
- Kinder ab 11 Jahren haben das Smartphone zwar gerne immer griffbereit, während des Fernsehens findet aber kaum Parallelnutzung statt.

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade?“

Kinder schauen im Wohnzimmer fern

Wohnzimmer



70% der TV-Nutzung
(2009: 66%)

Kinderzimmer



22% der TV-Nutzung
(2009: 24%)

Andere Räume



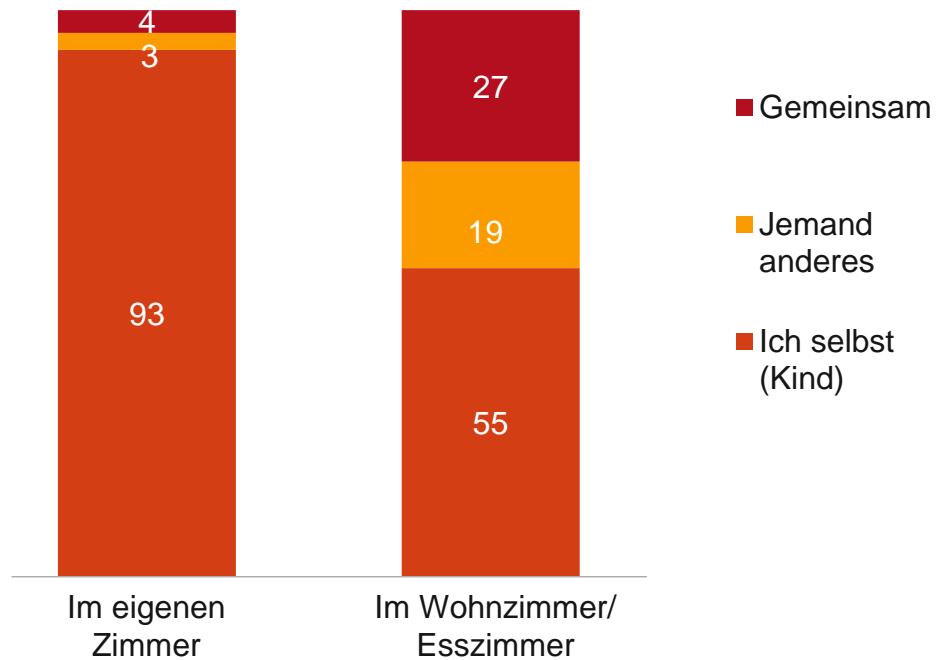
8% der TV-Nutzung
(2009: 10%)

Quelle: IP Deutschland, MindSetKids 2009, n=658 und Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200. Fragen: „Was machst Du gerade?“, „Du hast eben gesagt, Du bist zu Hause. Und wo bist Du da genau?“

Das Kind bestimmt meistens die Programmwahl

Auswahl des Fernsehprogramms

TV-Seher, in % der Kontakte



Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Fragen: „Hast Du Dir selber die Sendung ausgesucht oder wurde sie von jemand anderem ausgesucht?“; „Du hast eben gesagt, Du bist zu Hause. Und wo bist Du da genau?“

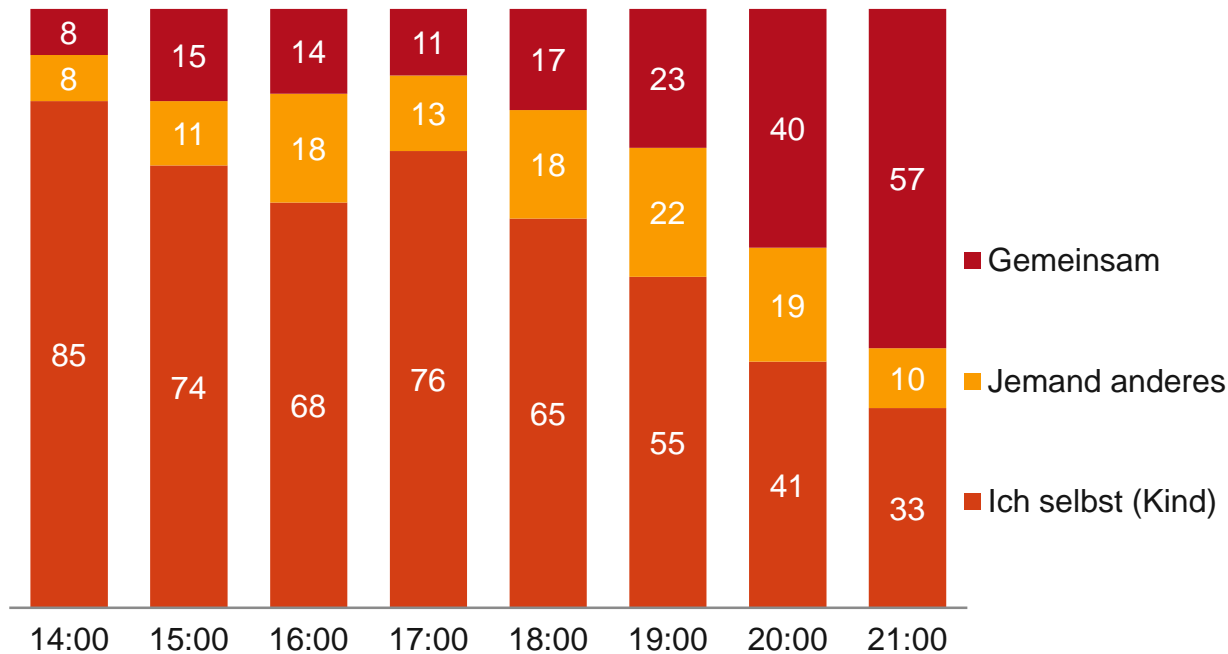


Zu später Stunde werden Kinder kompromissbereit

Abends wird gemeinsam entschieden

Auswahl des Fernsehprogramms im Wohnzimmer

TV-Seher, in % der Kontakte (pro Stunde)



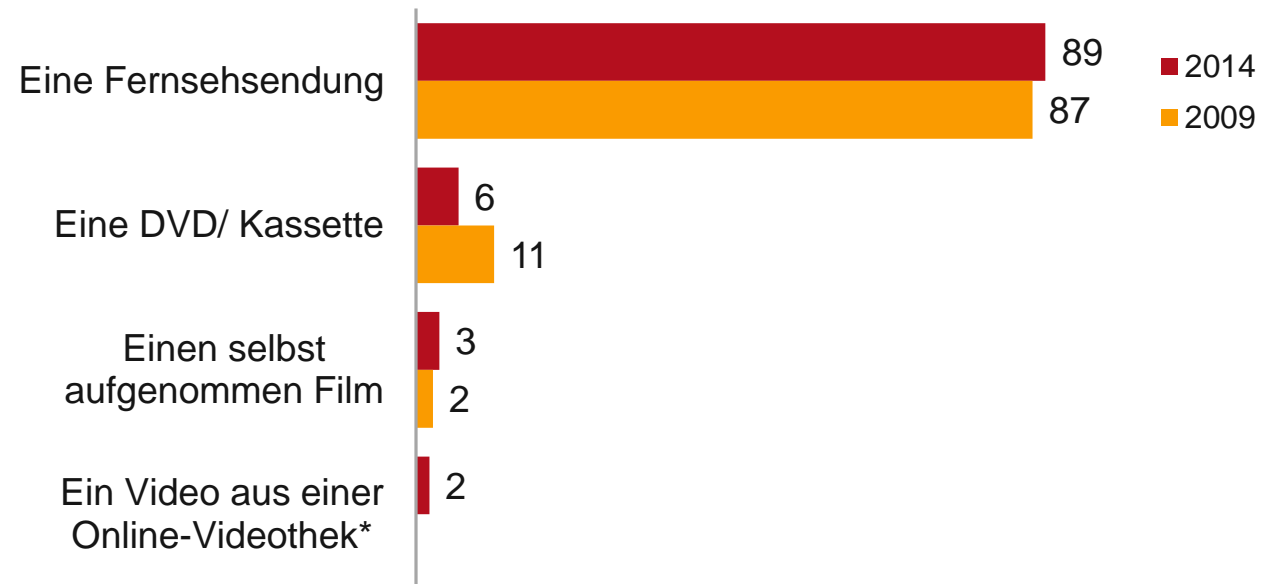
Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren.
Fragen: „Hast Du Dir selber die Sendung ausgesucht oder wurde sie von jemand anderem ausgesucht?“



Kinder lieben lineares Fernsehen

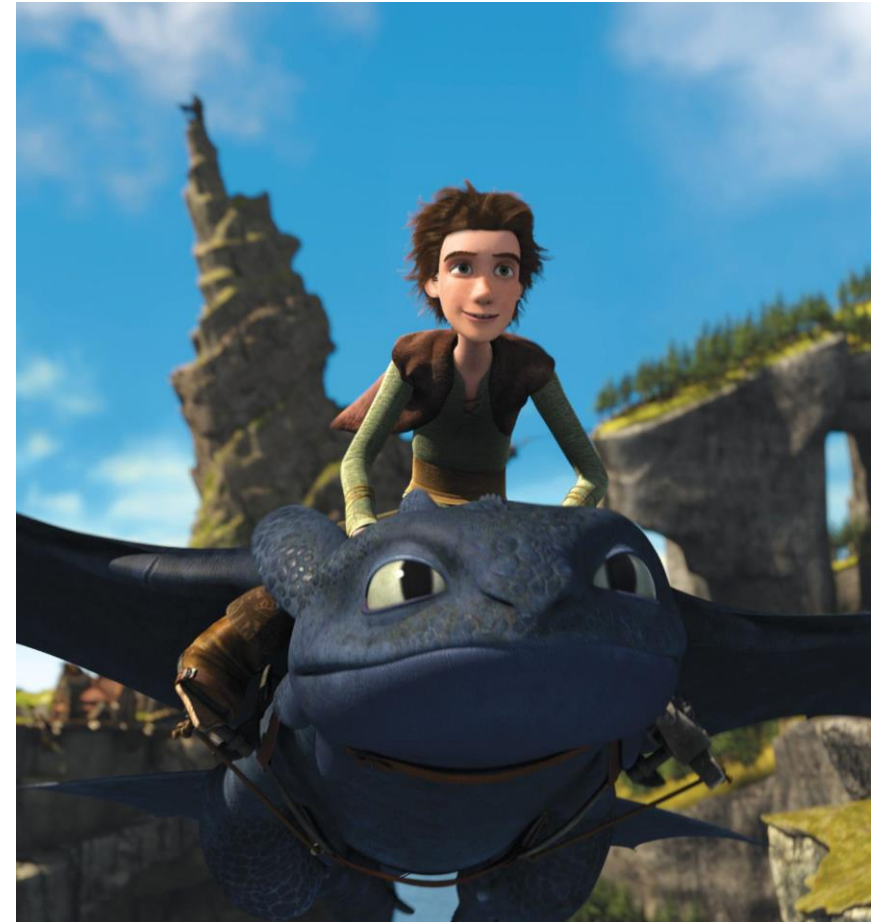
Was wird gesehen?

TV-Seher, in % der Kontakte



*in 2014 erstmals abgefragt

Quelle: IP Deutschland, MindSetKids 2009, n=658 und Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was schaust du Dir an?“

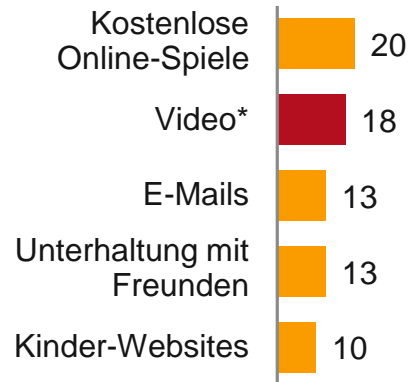




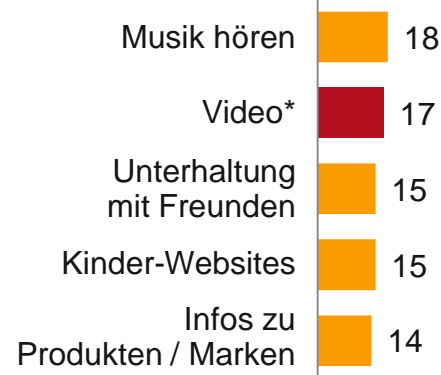
Video im Fokus der Internetnutzung

Top 5 der Aktivitäten im Internet nach Endgerät in % der Kontakte

Computer



Notebook



Tablet

Trenddaten



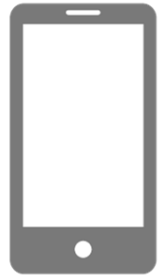
*Bewegtbildnutzung (Long- und Shortform)

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade im Internet?“

Smartphone und Handy werden unterschiedlich genutzt

Top-Aktivitäten am Smartphone und Handy in % der Kontakte

Smartphone



WhatsApp Nachricht geschrieben	22%
WhatsApp Nachricht gelesen	20%
App genutzt	16%
Musik gehört	11%
Video angeschaut	7%
telefoniert	5%
Internet genutzt	5%
SMS gelesen	4%
etwas anderes damit gemacht	4%
SMS geschrieben	3%

Handy







SMS geschrieben	34%
SMS gelesen	20%
telefoniert	11%
Musik gehört	10%
etwas anderes damit gemacht	10%
Spiele gespielt	8%
fotografiert	5%
Fotos/Bilder verschickt	1%

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade mit deinem Smartphone/Handy?“

Mädchen und Jungs kommunizieren gerne

Aktivitäten auf dem Smartphone (eigenes Gerät)

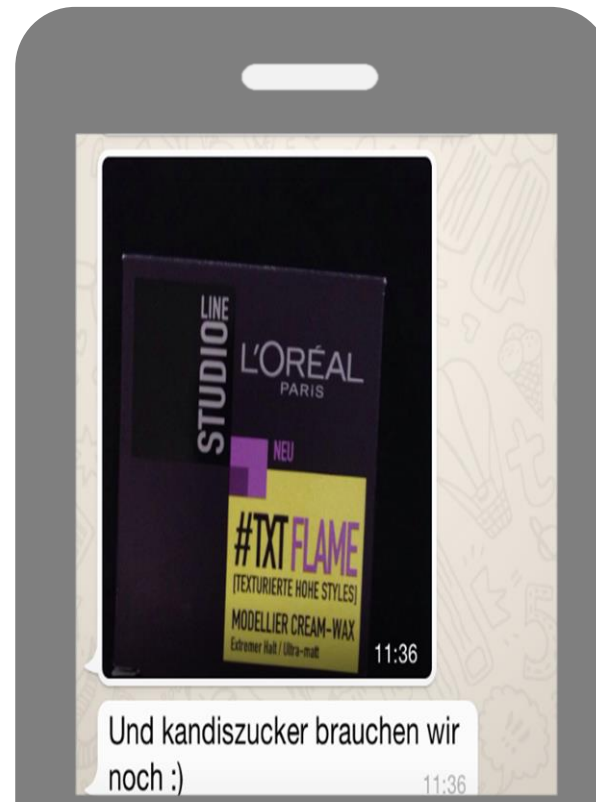
in % der Kontakte

Mädchen		Jungen		8-10 Jahre		11-13 Jahre	
							
WhatsApp geschrieben	23%	WhatsApp geschrieben	22%	Musik gehört	19%	WhatsApp geschrieben	24%
WhatsApp gelesen	22%	WhatsApp gelesen	18%	App genutzt	15%	WhatsApp gelesen	21%
App genutzt	20%	App genutzt	12%	WhatsApp gelesen	13%	App genutzt	16%
Musik gehört	12%	Video angeschaut	11%	Video angeschaut	13%	Musik gehört	9%
telefoniert	6%	Musik gehört	9%	SMS gelesen	9%	Video angeschaut	7%

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade mit deinem eigenen Smartphone/Handy?“

Die WhatsApp-Generation

Mutter/Kind-Dialoge

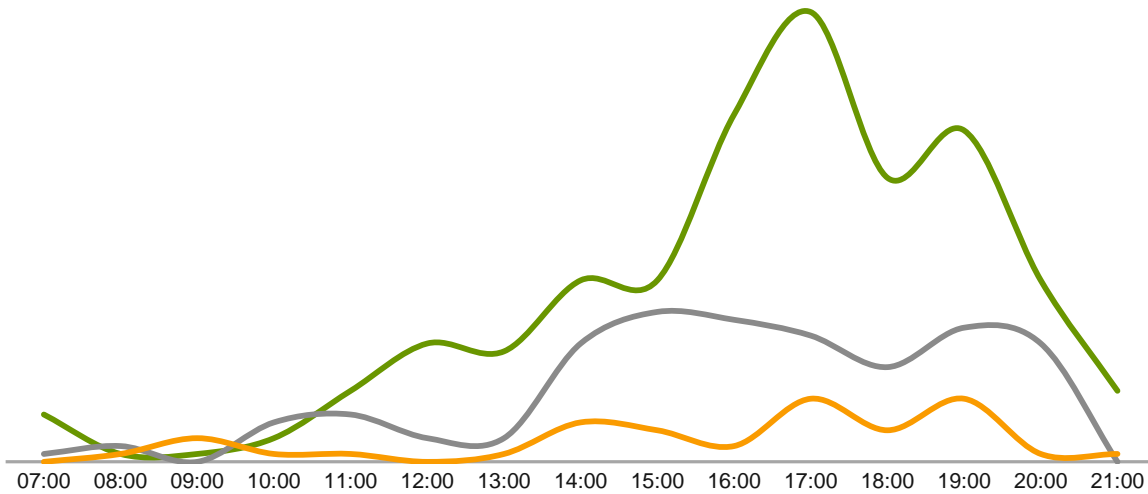


Das Internet wird am liebsten per Smartphone genutzt

Gerätenutzung

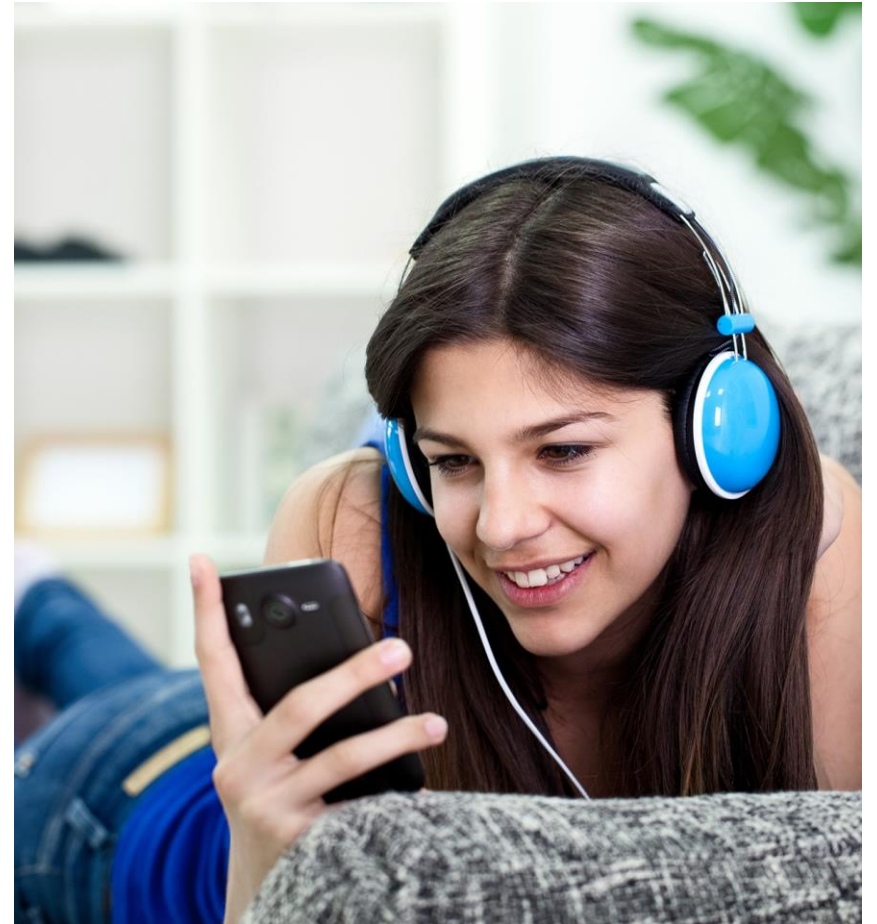
Kontakte abs.

- Smartphone*
- Laptop/PC
- Tablet*



*Nutzung von Apps oder Internet

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du gerade am Computer/Tablet/Laptop?“



Spielezeit ist ein fester Bestandteil des Alltags

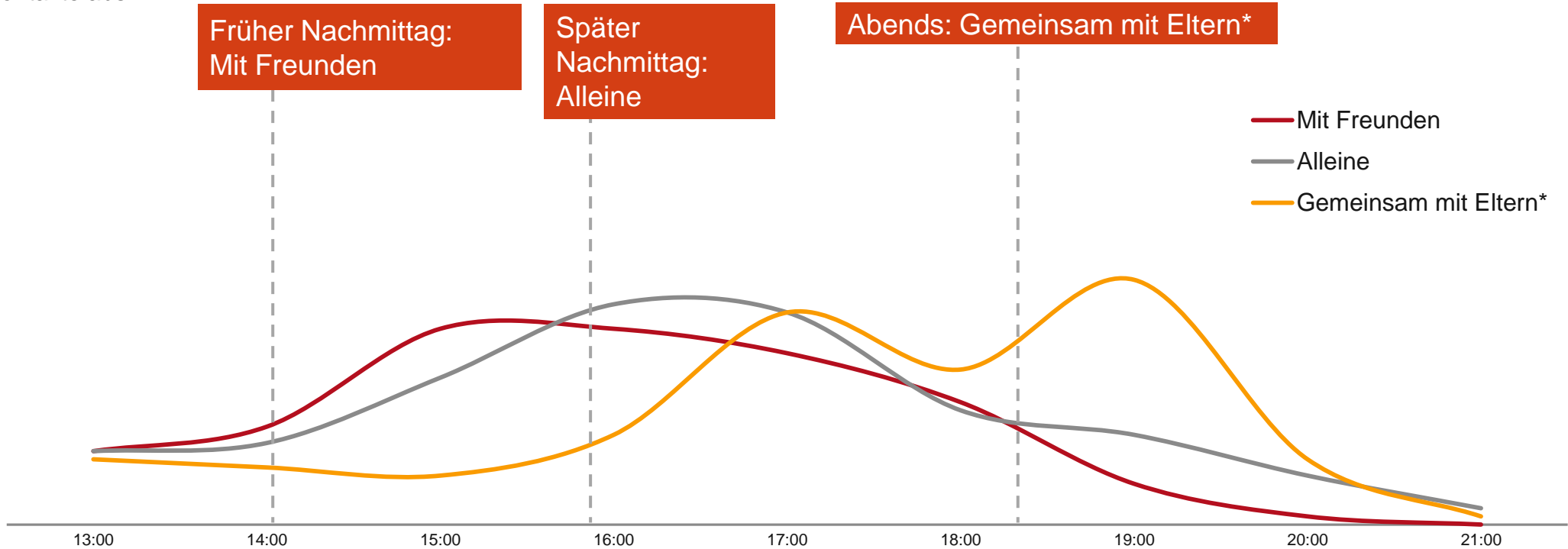


Spielen: Nach dem Mittagessen geht's los

Und abends ist Familienspielzeit

Spielen Mo-So

Kontakte abs.



*mit Vater und/oder Mutter

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Fragen: „Was machst Du sonst gerade?“, Mit wem bist Du zusammen?“

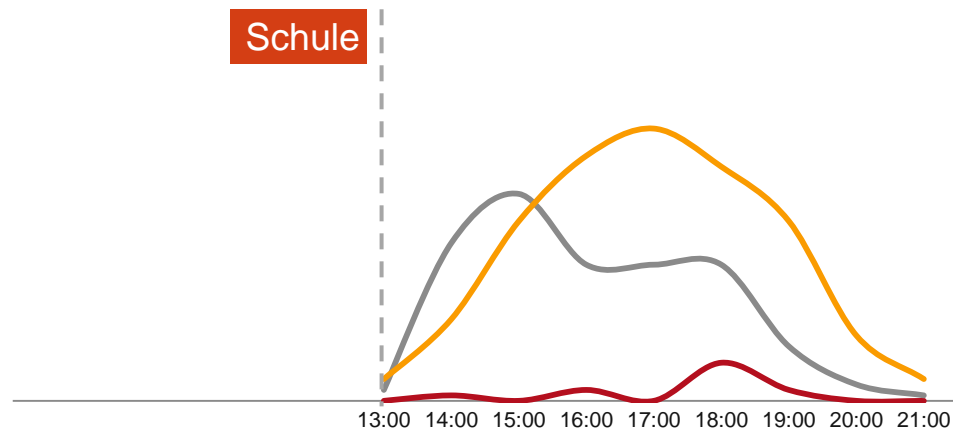
Erst nach den Hausaufgaben darf gespielt werden

Aber dann um so mehr!

Spielen Mo-Fr

Kontakte abs., ab 13.00 Uhr

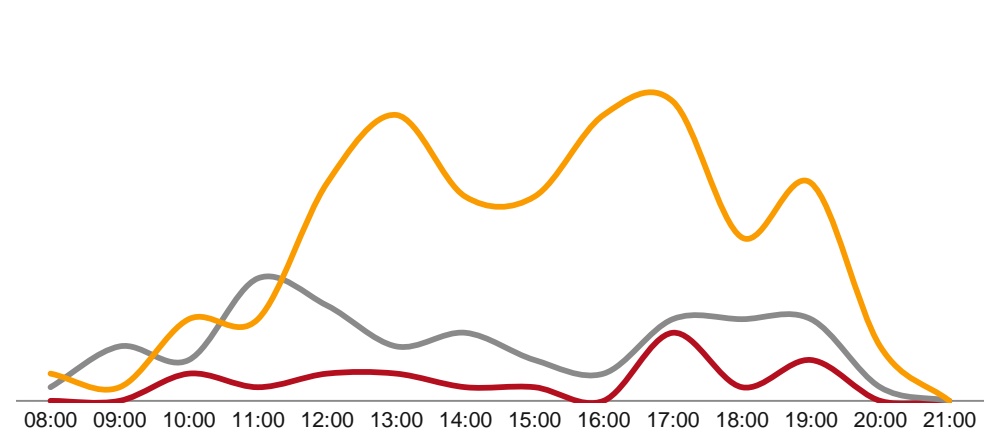
- basteln
- Hausaufgaben für die Schule
- spielen



Spielen Sa-So

Kontakte abs., 08.00-21.00 Uhr

- basteln
- Hausaufgaben für die Schule
- spielen

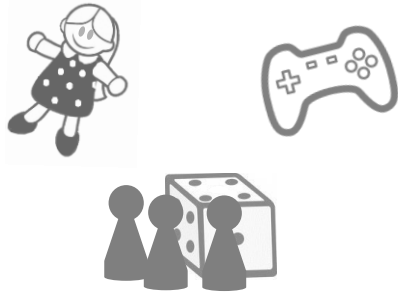


Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was machst Du sonst gerade?“

Kuscheltiere und Konsolen

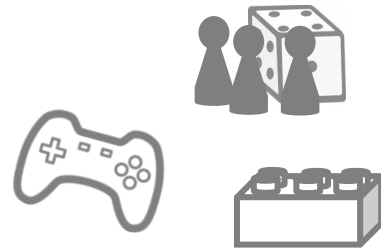
Top 3 der Spiel-Aktivitäten nach Alter und Geschlecht

Mädchen 8-10 Jahre



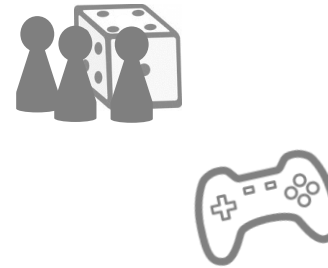
1. Kuscheltiere/Puppen
2. Konsolenspiele
3. Gesellschaftsspiele

Jungen 8-10 Jahre



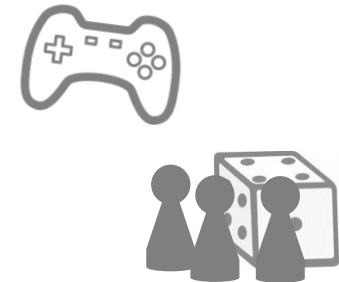
1. Gesellschaftsspiele
2. Konsolenspiele
3. Lego

Mädchen 11-13 Jahre



1. Etwas anderes
2. Gesellschaftsspiele
3. Konsolenspiele

Jungen 11-13 Jahre

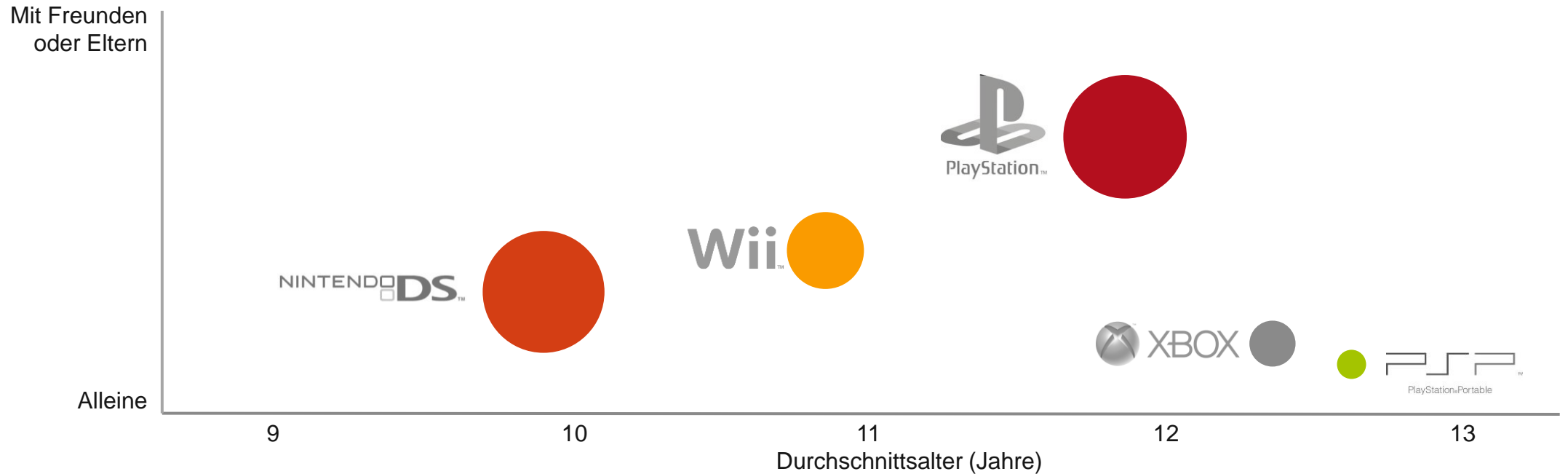


1. Konsolenspiele
2. Gesellschaftsspiele
3. Etwas anderes

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Und was für ein Spiel spielst Du gerade?“

Starke Unterschiede in der Nutzung von Spielekonsolen

Nutzungskonstellation Spielekonsolen Kreisgröße entspricht Nutzungsanteil



Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Mit welchem Gerät spielst Du gerade?“

Auch Kinder gehen gerne einkaufen



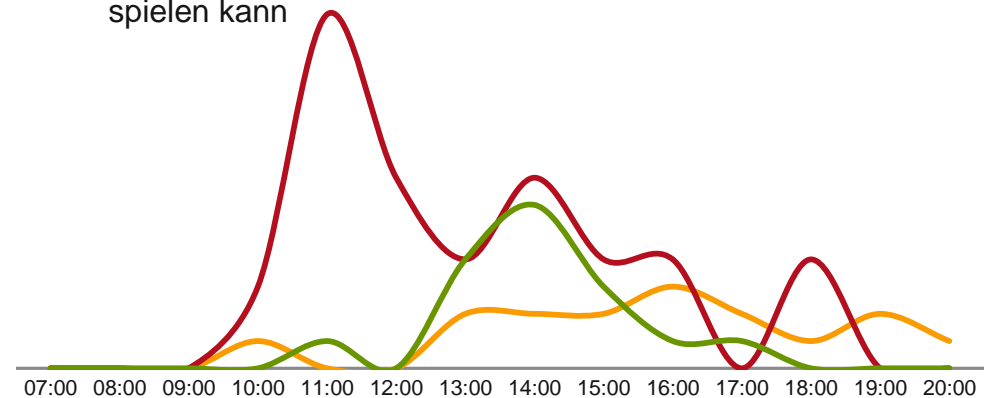
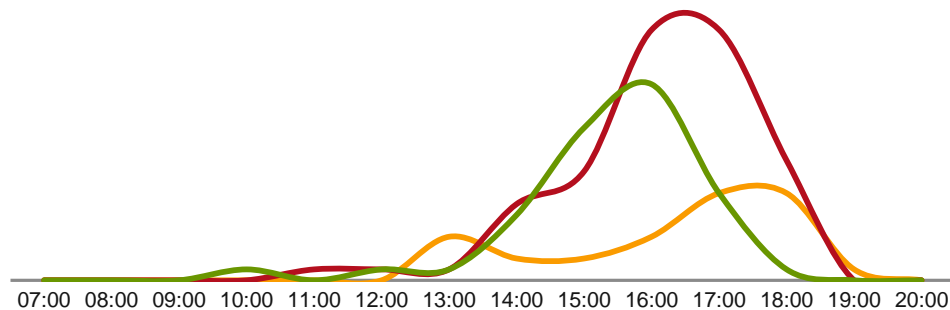
Unterwegs: Vom Café bis zum Shoppingcenter

Aufenthaltort Mo-Fr Kontakte abs.

Aufenthaltort Sa-So Kontakte abs.

- Im Restaurant/
Café/ Imbiss
- Shoppen/
Einkaufen
- Platz, wo ich
spielen kann

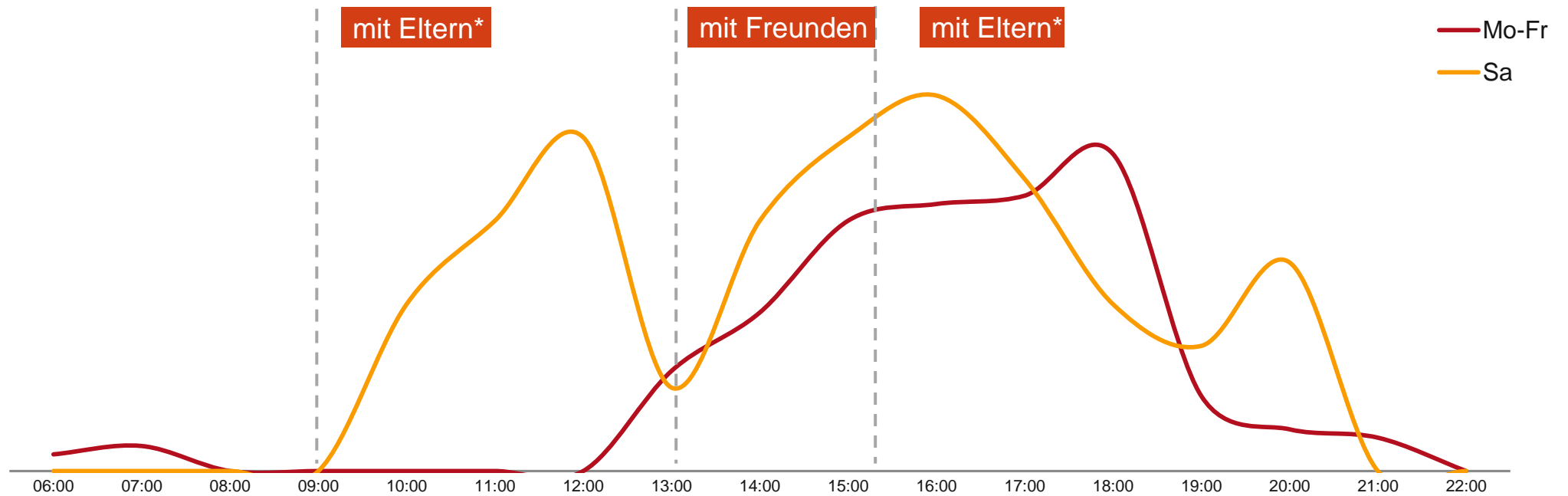
- Im Restaurant/
Café/ Imbiss
- Shoppen/
Einkaufen
- Platz, wo ich
spielen kann



Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Du hast eben gesagt, Du bist woanders - wo bist Du denn?“

Gekauft wird immer

Einkaufen, Vergleich Mo-Fr und samstags
Kontakte abs.



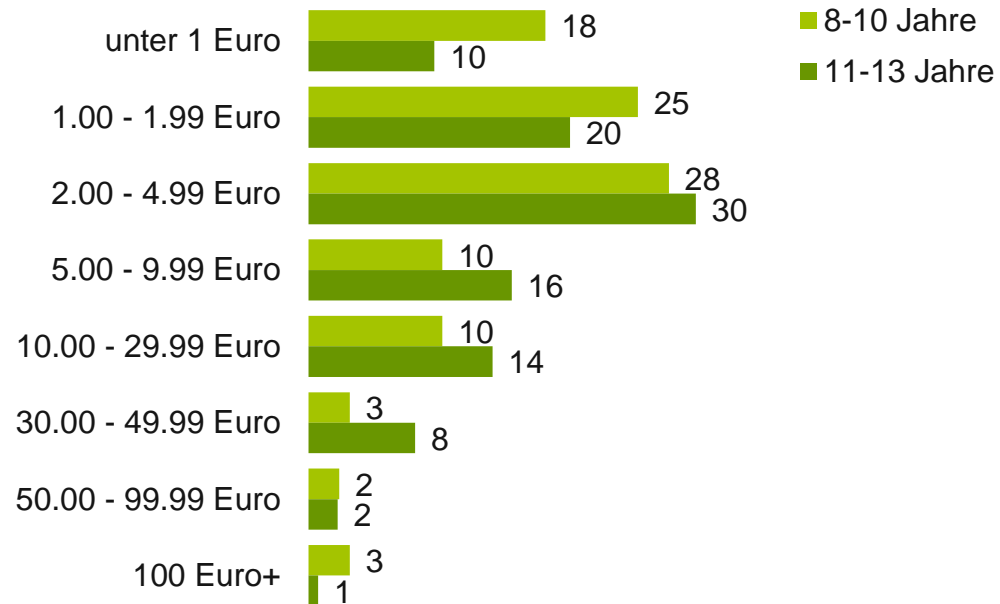
* mit Vater und/ oder Mutter

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage : „Hast Du in der letzten halben Stunde etwas gekauft? Egal ob alleine oder mit jemandem zusammen.“

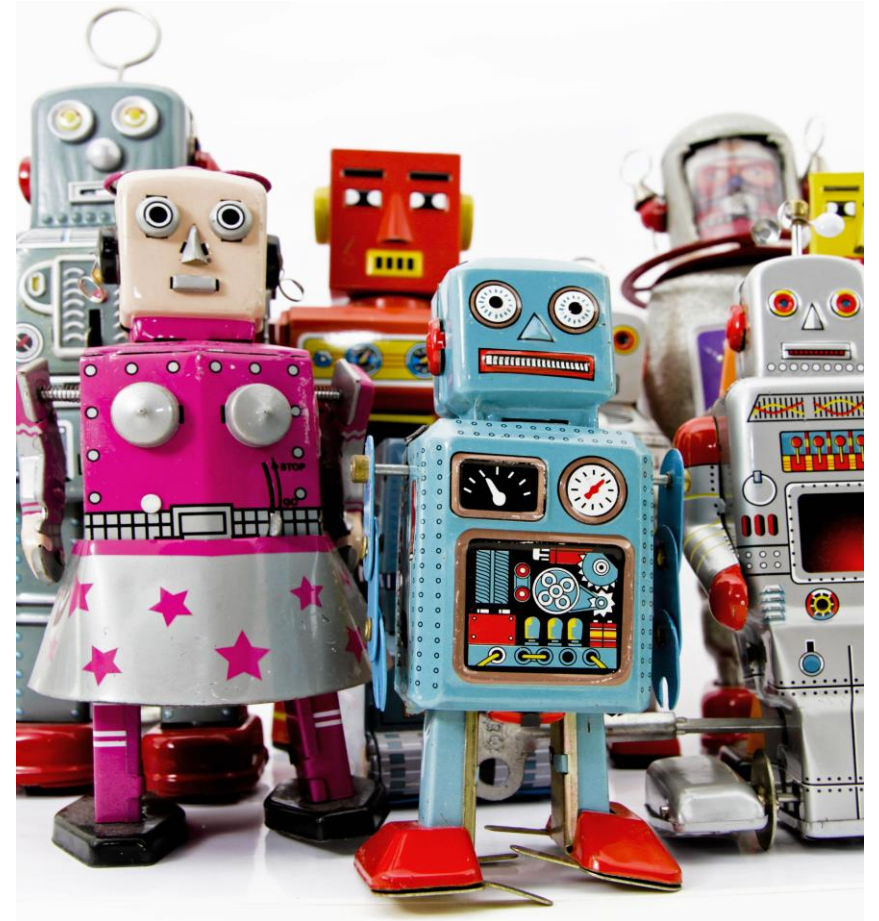
Ältere Kinder geben mehr Geld aus

Ausgaben für Käufe (letzte Stunde)

in % der Kontakte



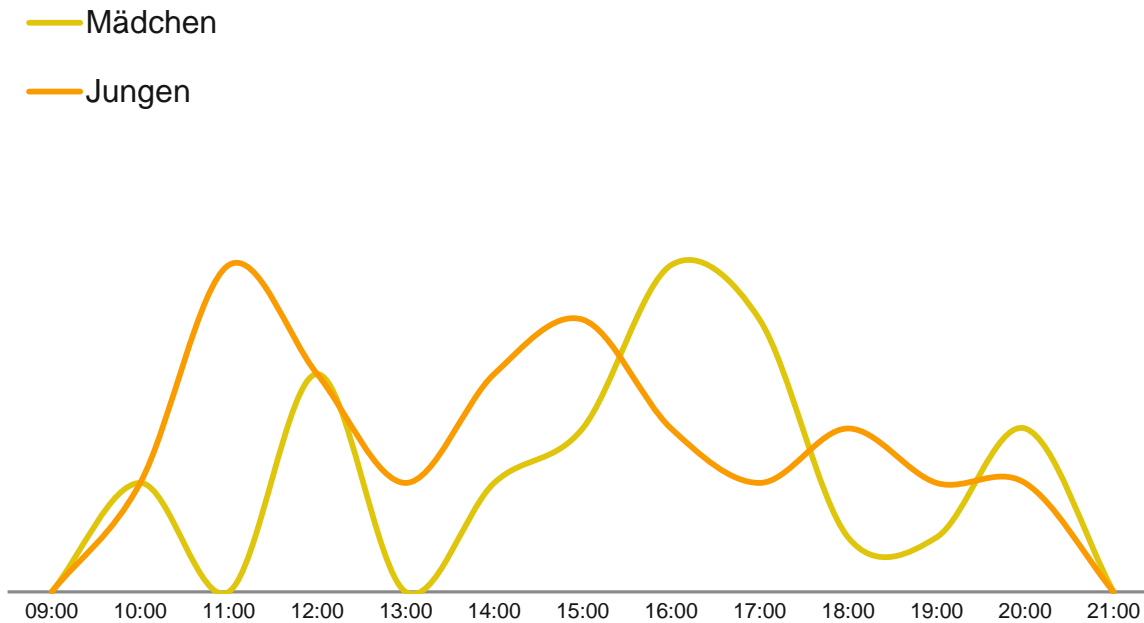
Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren.
Frage: „Wie viel Geld hast Du dabei in der letzten Stunde insgesamt ausgegeben?“



Mädchen geben am Samstagnachmittag ihr Geld aus

Einkauf am Samstag (Trendwerte)

Kontakte abs.



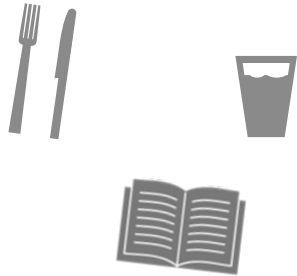
Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren.
Frage: „Hast Du in der letzten halben Stunde etwas gekauft? Egal ob alleine oder mit jemandem zusammen.“



Kinder kaufen am häufigsten...

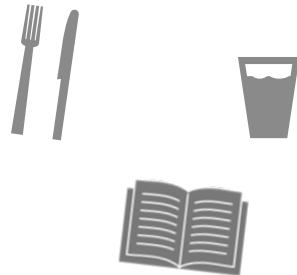
Top 3 der Käufe nach Alter und Geschlecht

Mädchen 8-10 Jahre



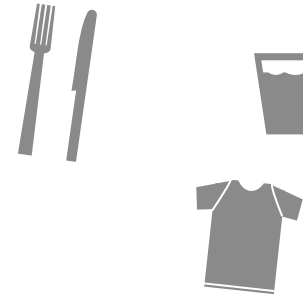
1. Etwas zum Essen
2. Etwas zum Trinken
3. Etwas zum Lesen

Jungen 8-10 Jahre



1. Etwas zum Essen
2. Etwas zum Trinken
3. Etwas zum Lesen

Mädchen 11-13 Jahre



1. Etwas zum Essen
2. Etwas zum Trinken
3. Etwas zum Anziehen

Jungen 11-13 Jahre



1. Etwas zum Essen
2. Etwas zum Spielen
3. Andere Dinge

Quelle: IP Deutschland, Fourscreen Touchpoints Kids 2014, n=200 Kinder von 8 bis 13 Jahren. Frage: „Was hast Du in der letzten halben Stunde gekauft?“

Kinder sind immer noch Kinder

- Trotz Ganztags-Schule und Vereinsaktivitäten bleibt genug Zeit zum Spielen und für Medien
- Elektronik hat den Alltag durchdrungen - aber nicht übernommen

TV ist das wichtigste Medium der Kinder

- Es wird fast ausschließlich lineares Fernsehen genutzt
- Einziges Medium, das als Kinder-Werbeumfeld relevant ist

Digitale Screens mit sehr unterschiedlichen Funktionen

- Computer, Laptop und Tablet sind gerade für Videos beliebt
- Smartphones haben auf Kinder eine Magnetwirkung – genutzt werden sie primär zum Spielen und zur Kommunikation (v.a. WhatsApp)



Die Erhebung per Smartphone hat sich bewährt!

Im Herbst: Teil 2 der Fourscreen Touchpoints Kids

Verschaffen Sie sich den Wissensvorsprung
als privilegierter Partner:

- Je mehr Kinder wir befragen können, desto detaillierter können wir auch Ihre Zielgruppe analysieren
- Sie können mit Zusatzfragen die Studie aktiv mitgestalten
- Von belastbaren Insights über Tagesablauf und Gewohnheiten der Kinder profitieren Sie bei der Zielgruppenansprache und Kampagnenplanung!



Kontakt bei Rückfragen

Cornelia Krebs

Leiterin Werbewirkungsforschung

IP Deutschland

Tel. 0221 / 456-26440

cornelia.krebs@ip.de

Robert Schäffner

Leiter Markt-Media-Forschung

IP Deutschland

Tel. 0221 / 456-26430

robert.schaeffner@ip.de

