



---

# IMMER AUF KURS MIT DEM 2022

---

Die Studie des Marktführers mit dem REAL-LESER-FAKTOR

**forsa.**

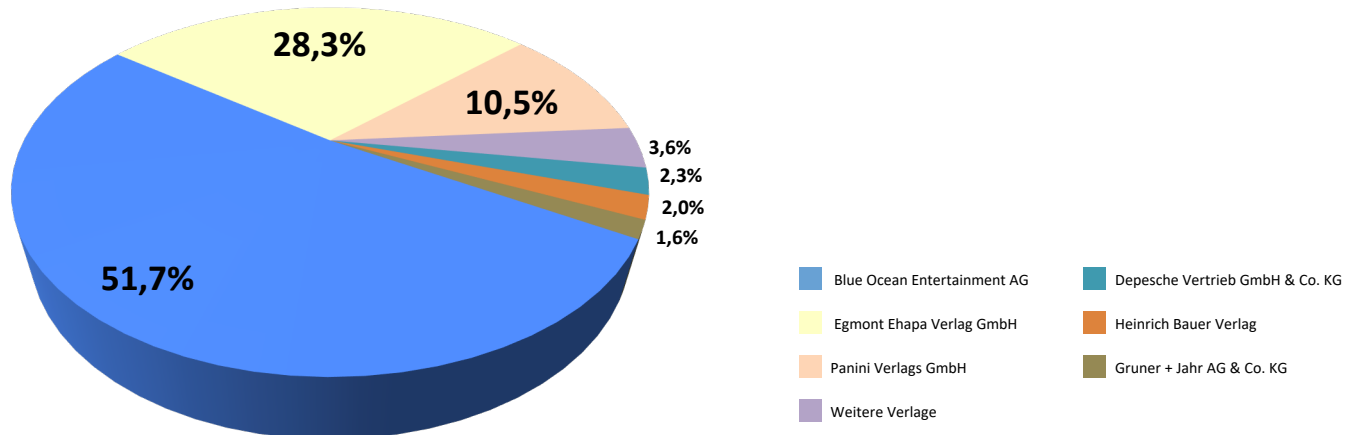
# Blue Ocean ist die Nummer 1!

Blue Ocean Entertainment ist mit großem Abstand Marktführer im Kinder- und Jugendzeitschriftensegment.

Die Burda-Tochter verkauft im Einzelhandel in Deutschland mehr Magazine als alle Mitbewerber zusammen. 22 der 30 meistverkauften Kinderzeitschriften stammen von Blue Ocean, darunter die komplette Top 5 mit LEGO NINJAGO, LEGO Minecraft, Prinzessin Lillifee Zauberwelt, LEGO NINJAGO LEGACY und Prinzessin Lillifee\*.

70 Lizenzgeber vertrauen Blue Ocean ihre Marken für Zeitschriften an, neben LEGO so renommierte Unternehmen wie Playmobil, Schleich und Disney. Wer in Deutschland Kinder zwischen 3 und 13 Jahren, ihre Freunde, Geschwister und Eltern erreichen möchte, der ist bei Blue Ocean goldrichtig. Denn eine verkaufte Kinderzeitschrift wird im Schnitt von 1,34 Mitlesenden zusätzlich gelesen.

Erfolgreiche Sammelserien in 2D und 3D, Loyalty-Programme für den Handel und Apps runden das Portfolio von Blue Ocean ab. Das 2005 gegründete Unternehmen hat inzwischen 250 Mitarbeitende an fünf europäischen Standorten.



\* IVW Q2 2022 (EV)

Quelle Grafik: MZV – Verlagsmarktanteile auf Basis „Umsatz Heftjahr 2021 – Ehastra-Gruppe 10: Jugend/Comics, Grosso Inland“

---

## Was haben wir uns damit gedacht?

---

„Mein Heft, mein Schatz!“ - nach diesem Motto steuern Kinder und Jugendliche in Deutschland die Nutzung und Weitergabe ihrer Magazine. Kinderzeitschriften sind für 3- bis 13-Jährige kostbarer Besitz, der zumeist im Haushalt bleibt: Rund zwei Drittel bewahren ihre Hefte nach dem Lesen auf. Mitnutzen dürfen Geschwister, ausgewählte Freunde und Eltern.

Das belegt der **Kids-Medien-Kompass 2022** auf Basis einer repräsentativen forsa-Befragung. Für die Studie wurden im Mai und Juni 3.512 Kinder und Jugendliche zwischen 3 und 13 Jahren in Deutschland befragt. Die Ergebnisse sind damit **repräsentativ für die Grundgesamtheit der rund 7,3 Mio. Mädchen und Jungen in dieser Altersgruppe in Deutschland**.

**Haupterkennnis der Studie:** Im Schnitt hat ein Kindermagazin in Deutschland einen **Real-Leser-Faktor von 2,34**. Dieser Faktor ergibt sich aus der Addition des Hauptlesers und den weiteren durchschnittlich 1,34 Lesenden, die das Heft konsumieren. Auch spannend: Zeitschriften sind für Kinder auch in der immer digitaler werdenden Welt von enormer Relevanz. 86 Prozent der Kinder im Grundschulalter lesen Zeitschriften.

**Der Ursprung:** Mit der Präsentation des ersten Kids-Medien-Kompasses haben wir den initialen Schritt gemacht, mit einem neuen Untersuchungsansatz **nachvollziehbare Kontaktzahlen speziell für Kindermagazine** zu liefern und haben dafür den Real-Leser-Faktor eingeführt. Gerade im Kinderzeitschriftensegment, in dem Lizenzen starker Marken eine wichtige Rolle spielen, können bei Befragungen schnell die Grenzen zwischen dem real genutzten Magazin und der grundsätzlichen Markenbekanntheit verschwimmen. Um belastbare Reichweiten vorlegen zu können, haben wir deshalb gemeinsam mit dem renommierten Marktforschungsinstitut forsa ein Studiendesign entworfen, das die Magazinnutzung vom Hauptnutzer, dem Besitzer einer verkauften Zeitschrift, betrachtet und so den Einfluss reiner Markenbekanntheit minimiert.

**Kids-Medien-Kompass 2.0:** Für die 2022er Ausgabe haben wir den Prototyp der Studie noch einmal deutlich verfeinert und den Kreis der Befragten um rund 1.000 erweitert, um noch tiefere Einblicke und **repräsentative Einzelergebnisse** zu erhalten. Hierfür wurden zum Beispiel auch Dreijährige einbezogen. Daher lassen sich keine Vergleiche zum Vorjahr ziehen.

**Der Clou:** Mit Hilfe des Real-Leser-Faktors lässt sich die **Reichweite eines Magazins** nun einfach **aus zwei nicht beeinflussbaren und unabhängig geprüften Werten** errechnen. Der valide Kontaktwert eines Magazins ergibt sich aus der Multiplikation des von forsa ermittelten Real-Leser-Faktors mit dem Wert der verkauften Auflage, welche die IVW, der Auflagen-TÜV, ermittelt.

**Kurzum:** Wir haben den neuen Goldstandard bei der Reichweitemittlung gesetzt. Und wir sind überzeugt: Mit diesem Instrument liefern wir als verantwortungsvoller Marktführer allen Werbetreibenden **plausible Reichweitenwerte für eine optimierte Mediaplanung ohne Kompromisse**.

# Studiensteckbrief

## Repräsentative Umfrage mit 3.512 Befragten

<b>Institut:</b>	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
<b>Grundgesamtheit:</b>	Kinder und Jugendliche zwischen 3 und 13 Jahren in Deutschland
<b>Fallzahl:</b>	3.512 Befragte
<b>Erhebungsmethode:</b>	Online-Befragung
<b>Auswahlverfahren und Gewichtung:</b>	Repräsentative Zufallsauswahl von Eltern (für ihre Kinder) im Rahmen des forsa.omninet-Panels; Gewichtung nach Region, Alter und Geschlecht; Erklärung * bei Titeln: Tendenzangaben aufgrund der Fallzahlen
<b>Erhobene Merkmale:</b>	Themeninteressen. Lieblingsbeschäftigung. Taschengeld. Generelle Nutzung von Kinderzeitschriften und deren Bezugsquellen. Mitlesende generell und nach (Alters-) Gruppen. Magazinbekanntheit und -nutzung. Mitlesende Gruppen bei Magazinen. Interesse an Weiternutzung. Gefühlslage
<b>Erhebungszeitraum</b>	12. Mai bis 22. Juni 2022

**3.512**  
Befragte

**1.784**  
Jungs



**1.728**  
Mädchen

**1.317**  
im Kindergartenalter (3-6 Jahre)

**1.270**  
im Grundschulalter (7-10 Jahre)

**925**  
ältere Kinder (11-13 Jahre)

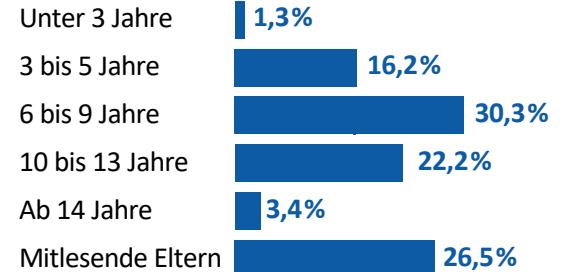
## Der REAL-LESER-FAKTOR

Repräsentative **forsa**.-Ergebnisse für Kinderzeitschriften allgemein



**Ø 2,34** Personen erreichen Sie pro verkauftem Exemplar einer Kinderzeitschrift.

### Aufschlüsselung in die Altersgruppen



Die realistische Währung im Kids-Print-Markt.

# Berechnung der Reichweite pro Titel

## Verkaufte Auflage

Unabhängig IVW-geprüfter Verkauf  
oder Verlagsangabe



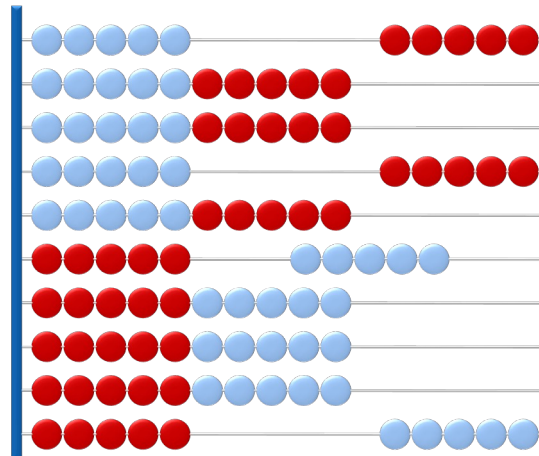
## REAL-LESER-FAKTOR

Repräsentativ und magazin-  
unabhängig oder -spezifisch



## Lesende

Inklusive Geschwister, Freunden und  
mitlesende Eltern und Großeltern



# Blue-Ocean-Titel – Unsere Reichweite für Ihre Kampagne

## Girls-Titel

Titel	Ø-Alter Haupt- leser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q2 2022 (GV)	Gesamt		Unter 3 Jahre		3 bis 5 Jahre		6 bis 13 Jahre		ab 14 Jahre		Mitlesende Eltern	
		Mädchen	Jungen		REAL- LESER- FAKTOR (RLF)	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF Alters- gruppe	Reich- weite	RLF der Eltern	Reich- weite
Prinzessin Lillifee	6,4	97%	3%	70.316	1,97	138.523	0,06	4.219	0,50	35.158	0,83	58.362	0,03	2.109	0,55	38.674
Bibi & Tina	7,1	93%	7%	40.170	2,08	83.554	0,06	2.410	0,49	19.683	0,99	39.768	0,07	2.812	0,47	18.880
Bibi Blocksberg	7,7	92%	8%	23.837	2,50	59.593	0,05	1.192	0,29	6.913	1,86	44.337	0,03	715	0,26	6.198
LISSY*	9,3	100%	0%	36.793	1,28	47.095	0,03	1.104	0,14	5.151	0,95	34.953	0,01	368	0,15	5.519
Mia und me	7,3	99%	1%	41.180	2,04	84.007	0,03	1.235	0,39	16.060	0,90	37.062	0,06	2.471	0,66	27.179
Pferd&Co	8,8	99%	1%	41.377	1,64	67.858	0,01	414	0,18	7.448	1,16	47.997	0,03	1.241	0,25	10.344
Total tierlieb!*	10,6	76%	24%	35.108	1,38	48.449	0,04	1.404	0,04	1.404	1,19	41.779	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,11	3.862
<b>Gesamt Girls</b>				<b>288.781</b>		<b>529.078</b>		<b>11.978</b>		<b>91.817</b>		<b>304.259</b>		<b>9.717</b>		<b>110.655</b>

Mit den Girls-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **529.000** potenzielle Kontakte!

# Blue-Ocean-Titel – Unsere Reichweite für Ihre Kampagne

## Unisex-Titel

Titel	Ø-Alter Hauptleser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q2 2022 (GV)	Gesamt		Unter 3 Jahre		3 bis 5 Jahre		6 bis 13 Jahre		ab 14 Jahre		Mitlesende Eltern	
		Mädchen	Jungen		REAL-LESER-FAKTOR (RLF)	Reichweite	RLF Altersgruppe	Reichweite	RLF Altersgruppe	Reichweite	RLF Altersgruppe	Reichweite	RLF Altersgruppe	Reichweite	RLF der Eltern	Reichweite
Benjamin Blümchen	6,1	48%	52%	38.785	2,45	95.023	0,03	1.164	0,69	26.762	0,72	27.925	0,12	4.654	0,89	34.519
BUSSI BÄR*	5,5	54%	46%	29.312	2,33	68.297	0,03	879	0,79	23.156	0,48	14.070	0,01	293	1,02	29.898
DRAGONS*	8,7	43%	57%	33.437	2,34	78.243	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,21	7.022	1,58	52.830	0,09	3.009	0,46	15.381
FRAG doch mal die Maus	7,5	40%	60%	45.586	2,58	117.612	0,03	1.368	0,47	21.425	1,19	54.247	0,03	1.368	0,85	38.748
LÖWENZAHN	7,8	44%	56%	26.778	2,45	65.606	0,01	268	0,44	11.782	1,15	30.795	0,07	1.874	0,78	20.887
National Geographic Kids**	9,0	50%	50%	30.963	2,57	79.575	0,02	619	0,17	5.264	1,28	39.633	0,21	6.502	0,89	27.557
WAS IST WAS	7,9	47%	53%	43.813	2,25	98.579	0,02	876	0,34	14.896	1,18	51.699	0,09	3.943	0,62	27.164
<b>Gesamt Unisex</b>				<b>248.674</b>		<b>602.935</b>		<b>5.174</b>		<b>110.308</b>		<b>271.199</b>		<b>21.644</b>		<b>194.154</b>

Mit den Unisex-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **603.000** potenzielle Kontakte!



# Blue-Ocean-Titel – Unsere Reichweite für Ihre Kampagne

## Boys-Titel

Titel	Ø-Alter Haupt-leser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q2 2022 (GV)	Gesamt		Unter 3 Jahre		3 bis 5 Jahre		6 bis 13 Jahre		ab 14 Jahre		Mitlesende Eltern	
		Mädchen	Jungen		REAL-LESER-FAKTOR (RLF)	Reichweite	RLF Altersgruppe	Reichweite	RLF Altersgruppe	Reichweite	RLF Altersgruppe	Reichweite	RLF Altersgruppe	Reichweite	RLF der Eltern	Reichweite
PLAYMOBIL Blau	7,8	44%	56%	34.922	2,03	70.892	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,25	8.731	1,27	44.351	0,03	1.048	0,48	16.763
5I-Magazin*	9,3	9%	91%	28.549	1,93	55.100	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,10	2.855	1,42	40.540	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,42	11.991
Die drei ??? Kids	8,9	38%	62%	45.175	2,03	91.705	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,07	3.162	1,41	63.697	0,07	3.162	0,47	21.232
DINOSAURIER*	8,3	2%	98%	39.644	1,81	71.756	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,23	9.118	0,99	39.248	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,59	23.390
LEGO CITY	7,8	9%	91%	50.136	2,09	104.784	0,02	1.003	0,42	21.057	1,13	56.654	0,02	1.003	0,50	25.068
LEGO JURASSIC WORLD	7,9	14%	86%	60.474	2,43	146.952	0,01	605	0,31	18.747	1,29	78.011	0,07	4.233	0,75	45.356
LEGO Minecraft	9,1	17%	83%	87.737	1,74	152.662	0,01	877	0,07	6.142	1,38	121.077	0,09	7.896	0,19	16.670
LEGO NINJAGO	8,4	11%	89%	139.905	2,24	313.387	0,01	1.399	0,30	41.972	1,48	207.059	0,05	6.995	0,40	55.962
LEGO STAR WARS	9,0	8%	92%	64.440	1,84	118.570	Nicht abbildbar	Nicht abbildbar	0,14	9.022	1,27	81.839	0,03	1.933	0,39	25.132
<b>Gesamt Boys</b>				<b>550.982</b>		<b>1.125.807</b>		<b>3.884</b>		<b>120.805</b>		<b>732.475</b>		<b>26.271</b>		<b>241.562</b>

Mit den Boys-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **1.126.000** potenzielle Kontakte!

# Kids-Medien-Kompass 2022

Unsere Studie auf einem Blick

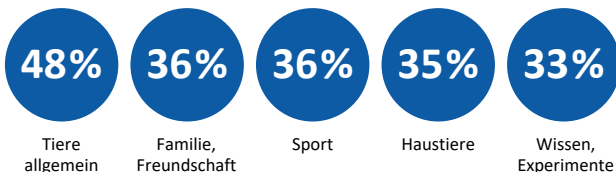
## Der REAL-LESER-FAKTOR:

Ø **2,34**

Lesende erreichen Sie pro verkauftem Exemplar einer Kinderzeitschrift allgemein

Bei Blue Ocean erreichen Sie allein mit den 23 abgefragten Titeln rund **2.258.000** potentielle Kontakte

## Lieblingsthemen der Kids:



**86 %**

der Kinder im Grundschulalter lesen Zeitschriften

Der **REAL-LESER-FAKTOR** bietet Ihnen eine realistische Reichweitenprognose auf Basis der unabhängig geprüften IVW-Verkäufe.



**7,5** von **10**

Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

Basis: Kind schaut sich mind. eins der abgefragten Blue-Ocean-Magazine an

**78%** der Kids bekommen das Magazin geschenkt

**21%** der Kids haben ihr Magazin selbst gekauft

**11%** leihen sich das Magazin von ihren Geschwistern/anderen Kindern im Haushalt

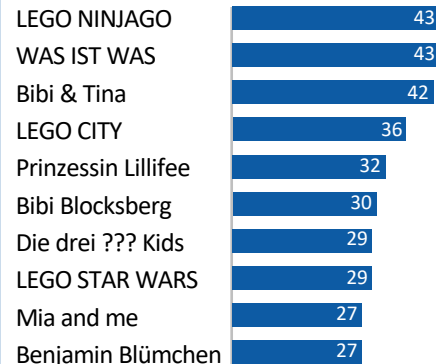
**10%** leihen sich das Magazin von ihren Freunden

**9%** der Kids erhalten ihr Magazin als Abo

Basis: Kind schaut sich Kinderzeitschriften an; Mehrfachnennung möglich

## Bekanntheit der Titel in %

Basis: Kind schaut sich Kinderzeitschriften an



## Lieblingsbeschäftigungen der Kids:



**62 %**

der Mitlesenden von Kinderzeitschriften sind Eltern.\*

\*Bei Kids, die Kinderzeitschriften lesen und besitzen, sowie Mitlesende haben

---

## Disclaimer

---

Alle Veröffentlichungen von Daten aus dieser Studie bedürfen der vorherigen Zustimmung des Herausgebers.  
Auswertungen aus dem KIDS-MEDIEN-KOMPASS 2022 ist ausschließlich dem Herausgeber gestattet. Veröffentlichungen und Weitergabe aus dem Datenbestand sind Nutzungsberechtigten mit der Quellenangabe „KIDS-MEDIEN-KOMPASS 2022 “ oder „KMK 2022“ vorbehalten.  
Alle Interessenten haben über Herrn Benjamin Bittmann die Möglichkeit, nähere Informationen über die Studie und den Datenbezug anzufragen.



**BENJAMIN BITTMANN**

Head of Advertising Sales & Promotion  
0711/22 02 99 152  
bittmann@blue-ocean-ag.de



**KATHRIN MEYER**

Deputy Head of Advertising  
0711/22 02 99 1262  
meyer@blue-ocean-ag.de



**SIMONE GRENZ**

Deputy Head of Advertising  
0711/22 02 99 282  
grenz@blue-ocean-ag.de



**PATRICIA HAUSBURG**

Advertising Sales Manager  
0711/22 02 99 291  
hausburg@blue-ocean-ag.de



**STEFFI KELLER**

Advertising Sales Manager  
0711/22 02 99 263  
keller@blue-ocean-ag.de

# IHR TEAM

für eine erfolgreiche  
Werbekampagne im Kindermarkt!



**FRANZISKA STÖHR**

Advertising Sales Manager  
0711/22 02 99 222  
stoehr@blue-ocean-ag.de



**JOHANNES MERKL**

Advertising Sales Manager  
0711/22 02 99 213  
merkl@blue-ocean-ag.de



**ANDREAS SCHLICK**

Advertising Sales Manager  
0711/22 02 99 280  
schlick@blue-ocean-ag.de



**REBEKKA LANGNER**

Sales & Cooperation Manager  
0711/22 02 99 203  
langner@blue-ocean-ag.de

Fragen? Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung!