



Zugehört!

Wie Audio die Zielgruppe Kinder begeistert

Birgit Guth
Leiterin Insights & Analytics
SUPER RTL

Florian Federiconi
Leiter Trends, Aktuelles und Development
SUPER RTL

Ivy Haase
Stellvertretende Redaktionsleiterin
Audio Alliance
Moderatorin GEOLINO Spezial

Kinder sehen, hören und lesen regelmäßig

Medien-Nutzung mehrmals pro Woche, Kinder 4-13 Jahre

SEHEN

94% schauen Filme, Serien und Fernsehsendungen

HÖREN

90% hören Musik, (Kinder-)Radiosendungen, Hörspiele oder Hörbücher.

LESEN

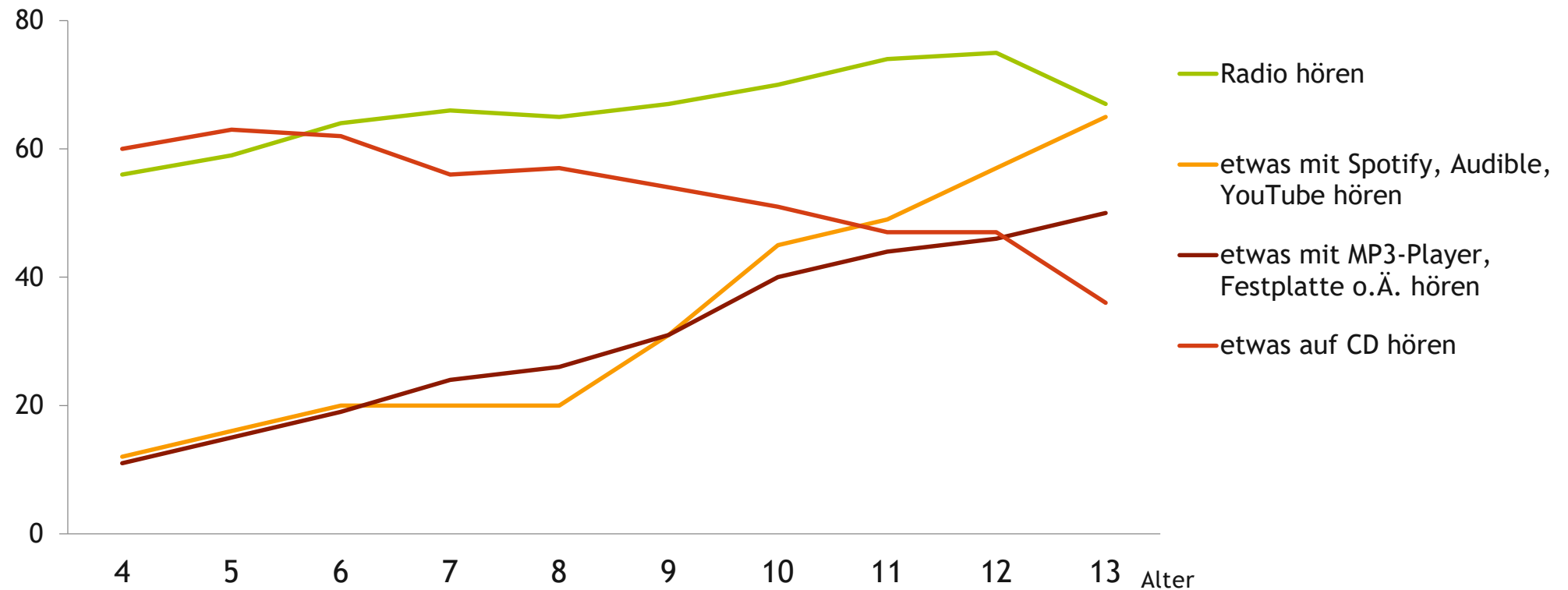
77% lesen Bücher, Zeitschriften, Magazine, Comics, E-Books oder E-Magazines

Hören ist allgegenwärtig

Die Vielfalt der Angebotsnutzung wächst mit dem Alter.

Audio-Nutzung, Kinder 4-13 Jahre

mindestens mehrmals pro Woche, in %

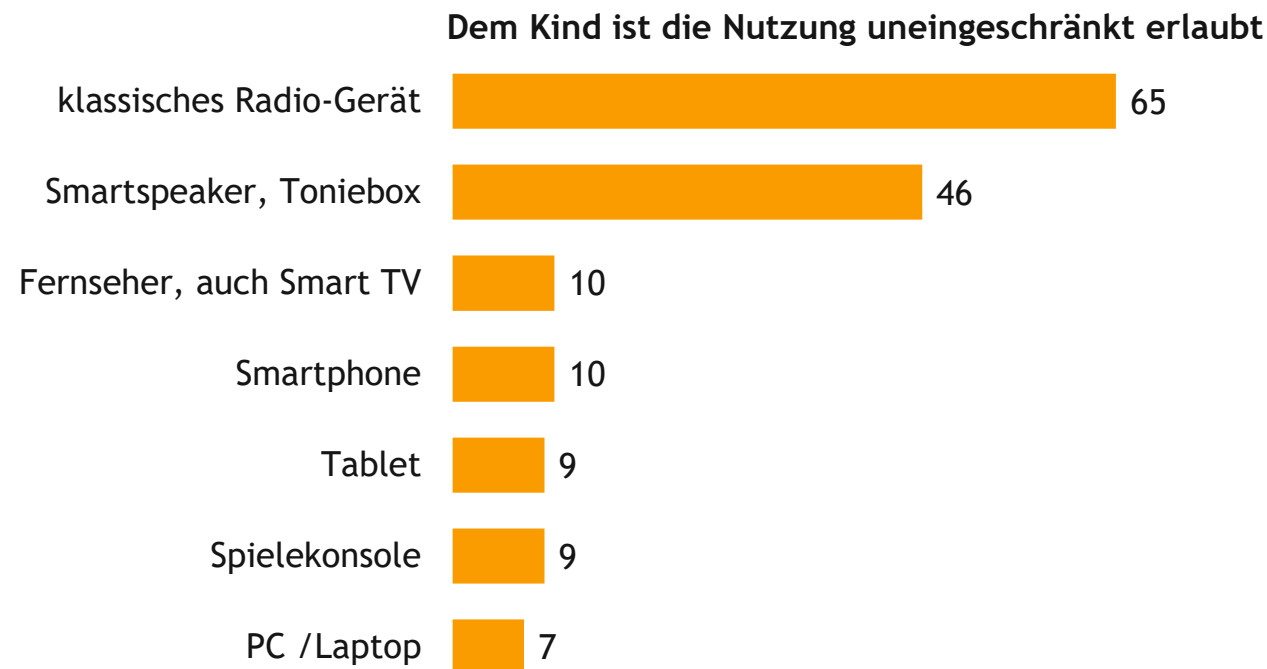


Quelle: Kindermedienmonitor 2020. Basis: n=2.007 Kinder 6-13 Jahre und ihre Eltern und n=504 Eltern von Kindern 4-5 Jahre
Frage: Du hast gesagt, du hörst auch mal was an. Wie oft machst du das?

Auf Audiogeräte haben viele Kinder Zugriff

Audio-Nutzung, Kinder 1-13 Jahre, Angaben der Eltern

Gestützt, in %



Quelle: Quantitative Studie „Rolle der Eltern“ 2020. manufact / Insights & Analytics SUPER RTL Basis: n=1.500 Eltern von Kindern 1-13 Jahre; jeweilige Nutzer des Gerätes
Frage: „Wie oft darf Ihr Kind die verfügbaren Geräte in Ihrem Haushalt nutzen?“, Hochrechnung auf Gesamt-Basis, in %

Eltern finden Hörangebote generell gut



„(Hören) Auf jeden Fall, lieber mehr!“
Vater von Lou Lasse, 10 Jahre

„Man kann über Hörangebote wesentlich mehr lernen.“
Vater von Miro, 9 Jahre

„Was so die Musik und alles zum Anhören angeht, da würde ich jetzt keine Einschränkung machen. Musik hören ist ja auch einfach was Positives.“
Mutter von Lio, 7 Jahre

„Ich finde Hörangebote super. Er kann da ja auch so viel hören wie er möchte.“
Vater von Leo, 9 Jahre

„Hören ist eine super Sache.“
Mutter von Jana, 8 Jahre

„Man denkt, man tut seinem Kind etwas Gutes, wenn sie das hört.“
Mutter von Shirin, 9 Jahre

„Ich finde es super, wenn meine Tochter sich etwas anhört und dabei ihre Phantasie entwickelt!“
Mutter von Matilda, 7 Jahre

Eltern sehen viele Vorteile in Hörangeboten

bekannt,
vertraut & erprobt

unbedenklich

einfach & leicht
zugänglich

gut für Kinder

passen gut in den
Familienalltag

Kinder dürfen meist so viel anhören, wie sie wollen

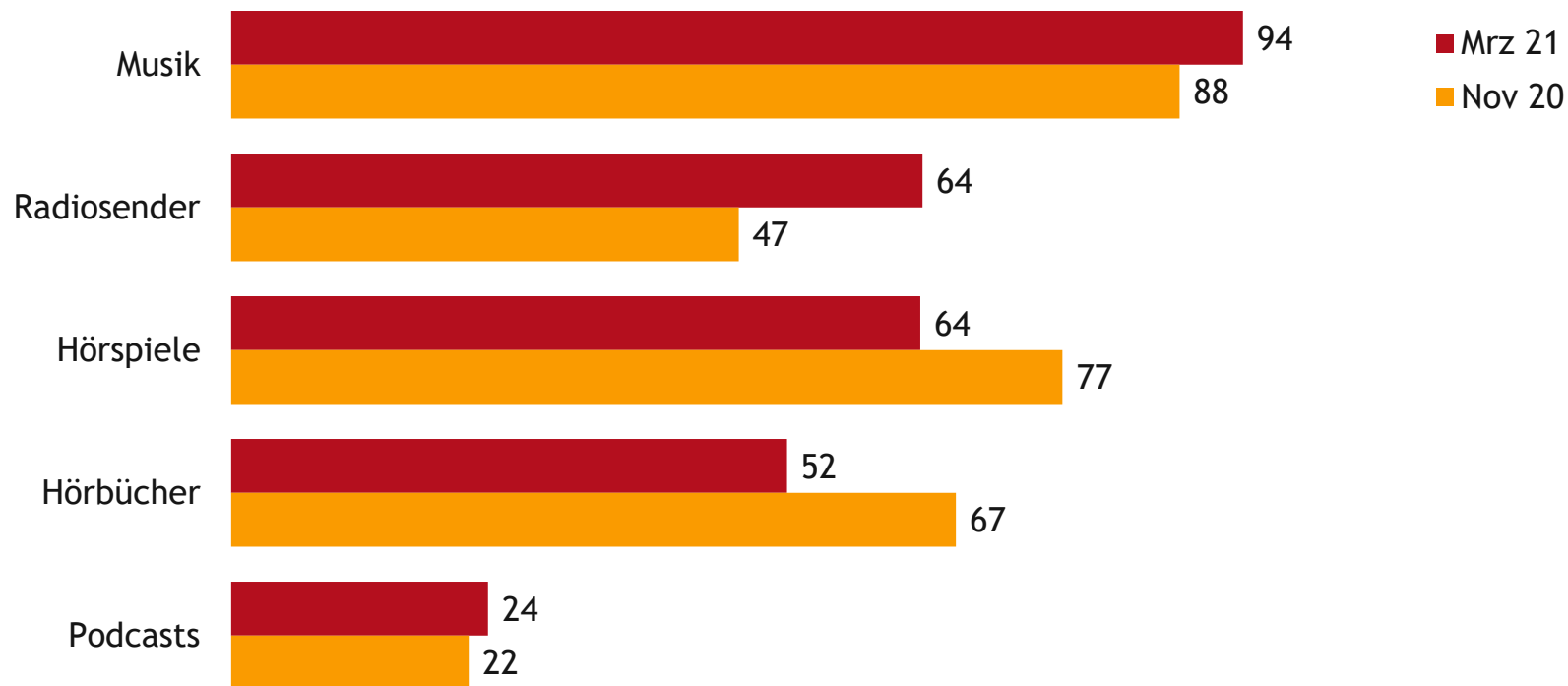
Hörangebote werden selten reguliert und sind meist von Medienzeiten ausgenommen.

Kinder sollen sogar Hörangebote nutzen

Viele Eltern initiieren teilweise die Nutzung von auditiven Angeboten und schlagen konkrete Hörangebote aktiv vor.

Radio wird relevanter

Audio-Nutzung von Kindern 6-13 Jahre Gestützt, in %

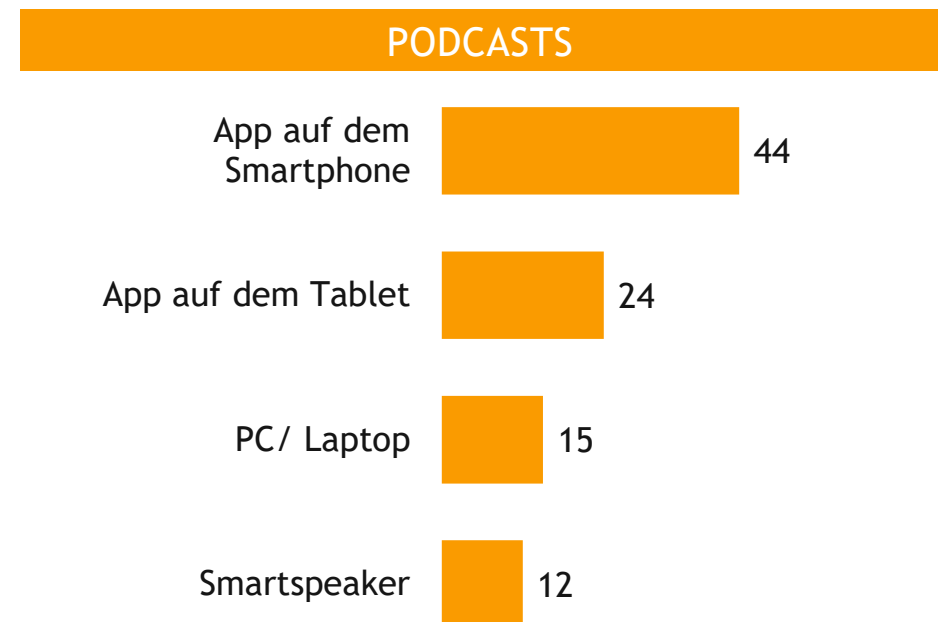
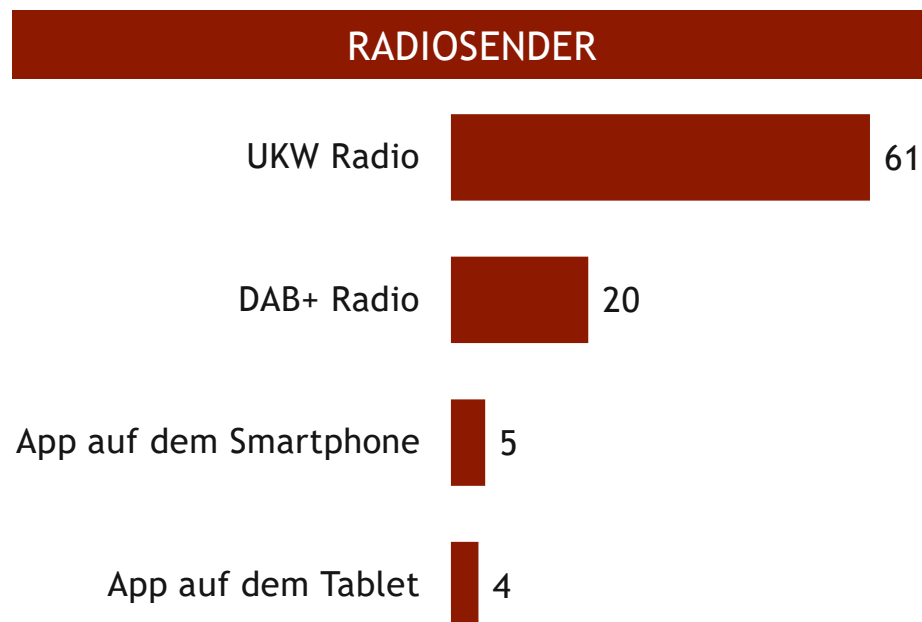


Quelle: iconkids & youth, Insights & Analytics SUPER RTL, Busbefragung März 2021, Face-to-face / Basis: n=837 Mütter von Kindern 6-13 Jahre
Frage: „Neben dem Fernsehen spielt ja auch das Hören von Inhalten eine Rolle bei Kindern. Welche Arten von Inhalten hört Ihr Kind?“ (gestützt)

Radiosender hört man über Radiogeräte

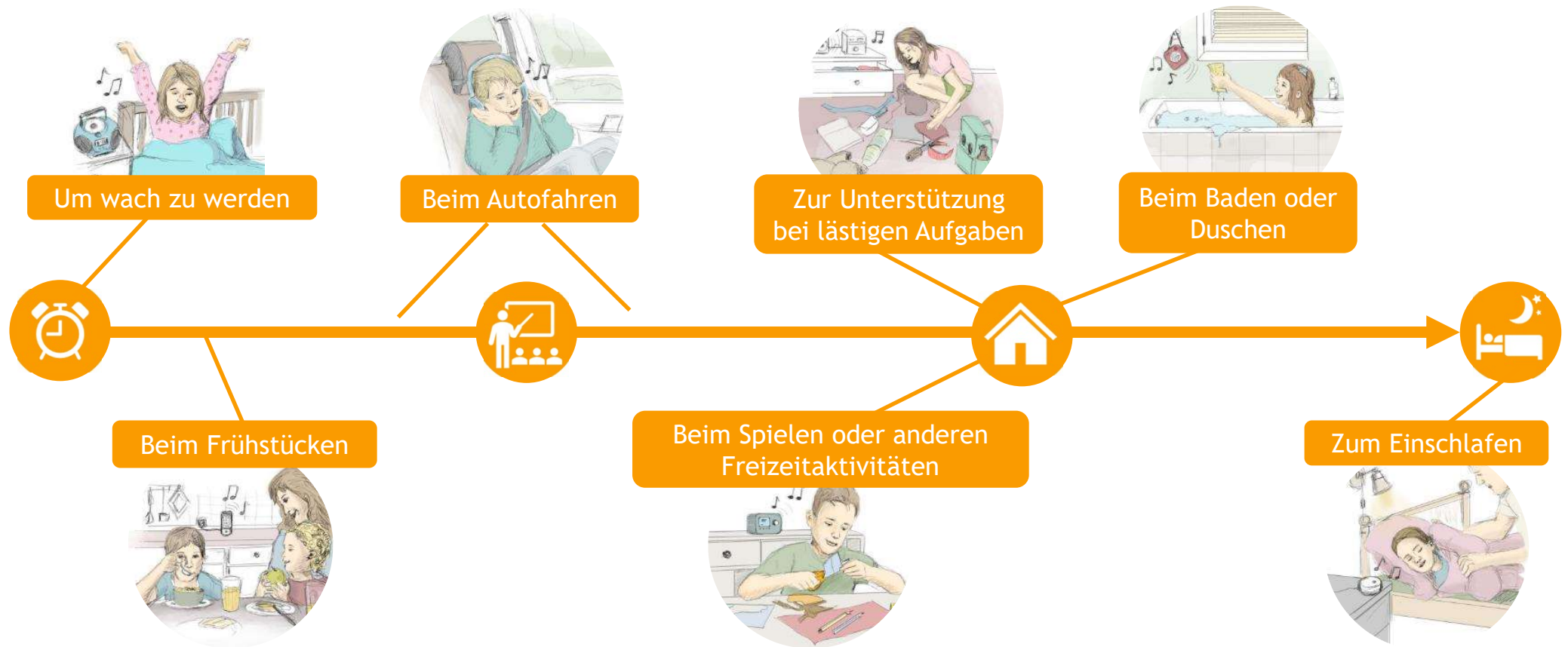
Womit Kinder die Inhalte hören, Kinder 3-13 Jahre

Gestützt, in %



Quelle: iconkids & youth, Insights & Analytics SUPER RTL, Busbefragung März 2021, Face-to-face / Basis: n=705 bzw. n=218 Mütter von Kindern 3-13 Jahre, die Radio bzw. Podcasts hören
Frage: „Und mit welchem Gerät hört Ihr Kind die jeweiligen Inhalte hauptsächlich?“ (gestützt)

Kinder nutzen Audio-Angebote in bestimmten Momenten



Weitere Hörmomente und Kontexte



Neu seit 2020: TOGGO Radio und GEOLINO Podcast





TOGGO Radiospot

Der TOGGO Radiospot steht auf unserer Website für Sie bereit.

Kontakt



Florian Federiconi

Leiter
Leiter Trends, Aktuelles und Development SUPER RTL

Tel: +49 221 456-51270
Mobil: +49 264 51270
E-Mail: florian.federiconi@superrtl.de

SUPER RTL
Picassoplatz 1
D-50679 Köln
www.superrtl.de

Julian Berzbach

Sales Manager Digital Audio / Podcast

Tel: +49 221 456-22671
Mobil: +49 170 4566931
E-Mail: julian.berzbach@ad-alliance.de

Ad Alliance GmbH
Picassoplatz 1
D-50679 Köln
www.ad-alliance.de