



Kids-Medien-Kompass 2025

Die Studie vom europaweiten Marktführer mit dem REAL-LESER-FAKTOR

Realistische
Reichweiten-
werte für Ihre
Mediaplanung



forsa.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zu Blue Ocean & der Studie	3
<hr/>	
Studienergebnisse	
<hr/>	
• Gesamt	9
<hr/>	
• Preschool-Titel	12
<hr/>	
• School-Titel	17
<hr/>	
• Weitere Ergebnisse aus der Studie	29
<hr/>	
Zusammenfassung	40
<hr/>	
Ansprechpartner	41
<hr/>	

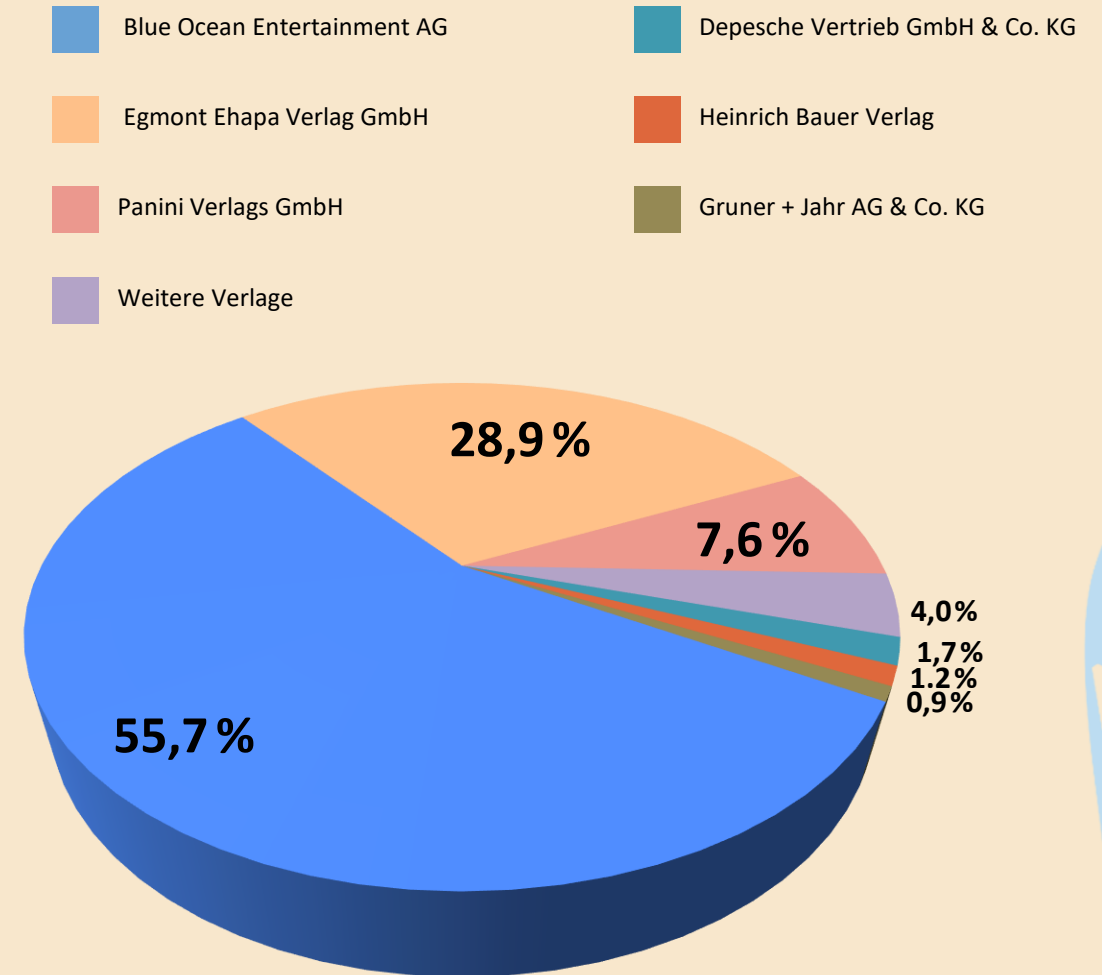
Blue Ocean ist die Nummer 1!

Marktführer und idealer Partner für alle die Kinder erreichen wollen

Mit dem Motto „20 Years of Passion“ feiert Blue Ocean 2025 sein 20-jähriges Bestehen. Die Leidenschaft für Kinderzeitschriften und Sammelprodukte hat die Stuttgarter Burda-Tochter schon nach so wenigen Jahren zum europäischen Kompetenzzentrum für Kindermedien gemacht. Mehr als 1.700 Zeitschriftenausgaben von Blue Ocean sind im vorigen Jahr weltweit erschienen. Mehr als 43 Mio. Exemplare sind gekauft worden. Und wer sein Taschengeld für eine Zeitschrift ausgibt, der nutzt sie intensiv und mehrfach. 58 Prozent der Kinder bewahren ihre Zeitschriften nach dem Lesen auf, zeigt der neue Kids-Medien-Kompass. Für Werbungtreibende die ideale Plattform, um Kinder zwischen drei und 13 Jahren in aufmerksamer und positiver Stimmung zu erreichen. Auch Freunde, Geschwister, Eltern und Großeltern der Kinder lesen Blue-Ocean-Zeitschriften. Denn ein verkauftes Kindermagazin nutzt nicht nur der Hauptleser. Im Schnitt beschäftigen sich weitere 1,39 Mitlesende damit, der Real-Leser-Faktor beträgt also 2,39. Damit hat sich die Zahl der Mitlesenden gegenüber dem Vorjahr noch einmal leicht erhöht.

LEGO, Playmobil, NICI, Schleich, Mojang/Microsoft, Disney, Universal und viele andere wichtige Spielwarenfirmer vertrauen Blue Ocean ihren wertvollen Marken an. 350 Mitarbeitende an sieben Standorten in Europa produzieren dazu Zeitschriften, die in weit mehr als 20 Ländern begeistern. Erfolgreiche Sammelserien in 2D und 3D, Loyalty-Programme für den Handel und Apps runden das Portfolio von Blue Ocean ab.

In Deutschland, Österreich und der Schweiz ist Blue Ocean Entertainment mit großem Abstand Marktführer im Kinder- und Jugendzeitschriftensegment. Im Einzelverkauf beläuft sich der Marktanteil inzwischen auf gut 56 Prozent*. Der Auflagen-TÜV IVW belegt die Dominanz der Titel am Kiosk: Fünf der Top-10-Titel im Kinderzeitschriftensegment und 19 der 30 am häufigsten verkauften Kindermagazine (IVW I/2025) stammen von Blue Ocean.



IVW-Liste – Die Basis unserer Reichweite

Nr.	Titel	Verkauf*
1	Lustiges Taschenbuch	127.670
2	Geolino	83.781
3	LEGO MINECRAFT	59.619
4	LEGO NINJAGO	53.566
5	Micky Maus	50.236
6	Prinzessin Lillifee	45.504
7	LEGO NINJAGO Legacy	45.039
8	MINECRAFT	44.558
9	GEOLino mini	43.813
10	Lustiges Taschenbuch Spezial	43.676
11	Bravo Sport	42.933
12	TOP11	42.237
13	Mia and me	39.959

Nr.	Titel	Verkauf*
14	5!-Magazin	38.482
15	Disney Die Eiskönigin	37.999
16	Prinzessin Lillifee Zauberwelt	36.533
17	Wendy	35.541
18	PAW PATROL	35.302
19	Lissy PONY Magazin	33.825
20	Die drei ??? Kids	33.212
21	Pokémon	32.783
22	WAS IST WAS	32.558
23	FRAG doch mal die Maus	31.975
24	PLANET WOW	31.076
25	Lustiges Taschenbuch Enten-Edition	30.539
26	Total tierlieb!	28.068

Nr.	Titel	Verkauf*
27	Dein SPIEGEL	27.920
28	Just Kick-it!	26.573
29	Bibi Blocksberg	26.426
30	LISSY	25.806
31	Bibi & Tina	25.488
32	Benjamin Blümchen	24.063
33	LÖWENZAHN	19.761
34	Miraculous	18.997
35	Feuerwehrmann SAM	17.425
36	Barbie	16.200
37	Disneys Prinzessin	15.555
38	Galileo GENIAL	10.318
39	Winnie Puuh	6.098

Blue-Ocean-Titel

Geprüfte Verkäufe von einer unabhängigen Gesellschaft!

21

Titel in der
IVW-Liste
kommen von
Blue Ocean.

Unsere Studie

Der **Kids-Medien-Kompass 2025** (KMK 2025) belegt einmal mehr: Magazine spielen weiterhin eine wichtige Rolle im Leben von Kindern. 39 Prozent der Kinder zwischen drei und 13 Jahren geben an, dass Lesen eine Lieblingsbeschäftigung ist, dass sie Bücher, Comics und Zeitschriften besonders gern lesen. Dieser Wert entspricht dem des Vorjahres. Kinder greifen also weiterhin gerne zu diesen Medien. Im Grundschulalter zwischen sieben und zehn Jahren lesen sogar 43 Prozent der Jungen und Mädchen besonders gern. Insgesamt beschäftigen sich 71 Prozent aller Kinder zwischen drei und 13 Jahren mit Zeitschriften.

Für die Studie hat forsa zwischen April und Mai 3.507 Kinder und Jugendliche zwischen drei und 13 Jahren in Deutschland befragt. Die Ergebnisse sind damit repräsentativ für die Grundgesamtheit der rund 8,7 Mio. Mädchen und Jungen in dieser Altersgruppe in Deutschland.* Herzstück der Studie im Auftrag von Blue Ocean Entertainment ist die **Ermittlung des Real-Leser-Faktors (RLF)**. Der RLF ist 2025 leicht gestiegen. **Im Schnitt hat ein Kindermagazin in Deutschland einen RLF von 2,39**. Dieser Faktor ergibt sich aus der Addition des Hauptlesers mit den weiteren durchschnittlich 1,39 Lesenden, die das Heft nutzen.

Mit dem **Kids-Medien-Kompass** haben wir 2021 eine neue Mediastudie initiiert, deren zentrales Ziel es ist, **nachvollziehbare Kontaktzahlen speziell für Kindermagazine** zu liefern. Denn die speziellen Vertriebs- und Konsumgewohnheiten der Kinder und ein Markt, in dem Lizenzen starker Marken eine wichtige Rolle spielen, lassen bei den marktüblichen 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. Forsa ermittelt für den KMK, wie vielen anderen der Hauptnutzer das Magazin zum Lesen überlässt. Der Hauptleser und die Mitleser zusammengenommen ergeben den Real-Leser-Faktor einer Magazinmarke. Die Reichweite einer Kinderzeitschrift lässt sich dadurch ganz einfach **aus zwei nicht beeinflussbaren und unabhängig geprüften Werten errechnen**: Er ergibt sich aus der Multiplikation des von forsa ermittelten Real-Leser-Faktors mit dem Wert für die verkaufte Auflage, welche der „Auflagen-TÜV“, die IVW, ermittelt.

Das Studiendesign des KMK ist erhalten geblieben, sodass die Ergebnisse, mit denen der Vorjahre verglichen werden können, um Entwicklungen wie sich wandelnde Interessen frühzeitig zu identifizieren. Die hohe Zahl an Befragten ermöglicht es, **tiefe Einblicke in die Lebenswelt der Kinder** zu werfen. Zum Beispiel können wir die Interessen der Jungen und Mädchen für jeden unserer abgefragten Titel präsentieren. Für das Feintuning Ihrer Mediapläne bieten wir Ihnen mit dem Kids-Medien-Kompass ein Instrument von unschätzbarem Wert.

Mit der diesjährigen Studie haben wir den Maßstab und Anspruch hochgehalten und sind überzeugt, dass wir als Marktführer damit unserer Verantwortung gegenüber den Werbungtreibenden gerecht werden. Mit der KMK liefern wir **plausible Reichweitenwerte**, denen Sie vertrauen können, und zudem alle relevanten Informationen zu Ihrer Zielgruppe, die Sie für eine **optimale Kampagnenplanung** benötigen.

Studiensteckbrief

Repräsentative Umfrage mit 3.507 Befragten

Institut:	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Grundgesamtheit:	Kinder und Jugendliche zwischen 3 und 13 Jahren in Deutschland
Fallzahl:	3.507 Befragte
Erhebungsmethode:	Online-Befragung
Auswahlverfahren und Gewichtung:	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
Erhobene Merkmale:	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, Interesse Produktwerbung, Gefühlslage, Stimmungsfaktoren
Erhebungszeitraum:	16. April bis 7. Mai 2025

3.507

Befragte

1.798

Jungen



1.709

Mädchen

1.281

im Kindergartenalter
(3-6 Jahre)

1.316

im Grundschulalter
(7-10 Jahre)

910

im Schulalter
(11-13 Jahre)

Disclaimer: Alle Veröffentlichungen von Daten aus dieser Studie bedürfen der vorherigen Zustimmung des Herausgebers. Auswertungen aus dem KIDS-MEDIEN-KOMPASS 2025 sind ausschließlich dem Herausgeber gestattet. Veröffentlichungen und Weitergabe aus dem Datenbestand sind Nutzungsberechtigten mit der Quellenangabe „KIDS-MEDIEN-KOMPASS 2025“ oder „KMK 2025“ vorbehalten. Alle Interessenten haben über Herrn Benjamin Bittmann die Möglichkeit, nähere Informationen über die Studie und den Datenbezug anzufragen.

Der REAL-LESER-FAKTOR

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

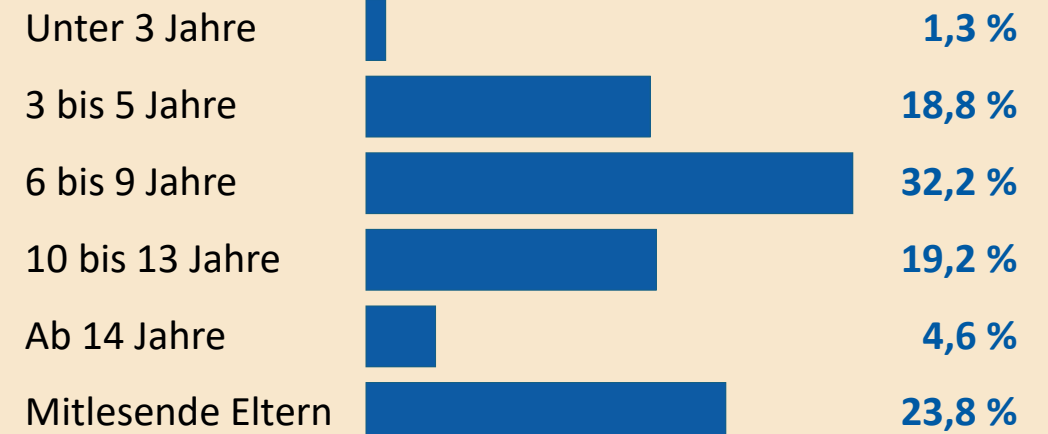
Der REAL-LESER-FAKTOR



Ø **2,39**

Personen erreichen Sie pro verkauftes 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

X

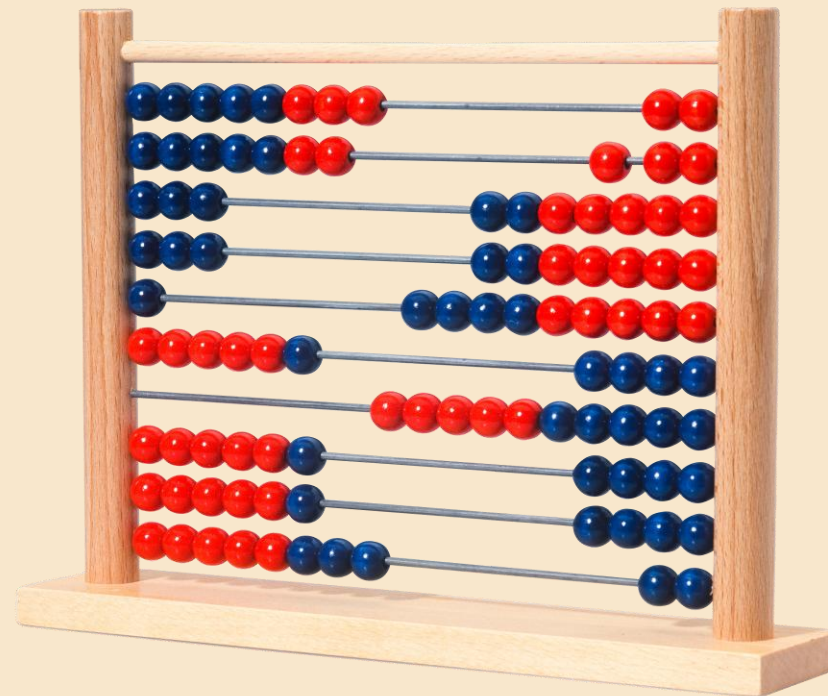
REAL-LESER-FAKTOR

Repräsentativ und magazin-
unabhängig oder -spezifisch

=

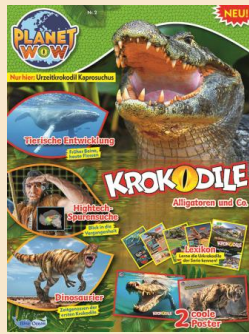
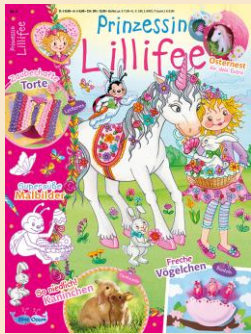
Lesende

Inklusive Geschwister, Freunde,
mitlesende Eltern und Großeltern



Titel-Gesamtübersicht

Preschool-Segment: 3 Titel | School-Segment: 12 Titel



Unsere Reichweite für Ihre Kampagne

Girls-Titel

Titel	Ø-Alter Hauptleser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q3 2025 (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
Prinzessin Lillifee	6,5	97%	3%	45.504	2,02	91.918	0,01	455	0,56	25.482	0,86	39.133	0,08	3.640	0,51	23.207
Bibi & Tina	7,2	93%	7%	25.488	2,02	51.486	0,02	510	0,42	10.705	1,03	26.253	0,09	2.294	0,46	11.724
LISSY	9,0	82%	18%	25.806	1,49	38.451	--	--	0,17	4.387	1,12	28.903	--	--	0,20	5.161
Lissy PONY Magazin	8,3	100%	0%	33.825	1,89	63.929	0,01	338	0,20	6.765	1,24	41.943	0,04	1.353	0,40	13.530
Mia and me	7,7	97%	3%	39.959	1,92	76.721	0,01	400	0,37	14.785	1,08	43.156	0,04	1.598	0,42	16.783
Miraculous	8,1	86%	14%	18.997	1,98	37.614	0,01	190	0,39	7.409	1,04	19.757	0,08	1.520	0,46	8.739
Gesamt Girls				189.579		360.119		1.893		69.533		199.144		10.405		79.144

Mit den Girls-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **360.000** potenzielle Kontakte!

Unsere Reichweite für Ihre Kampagne

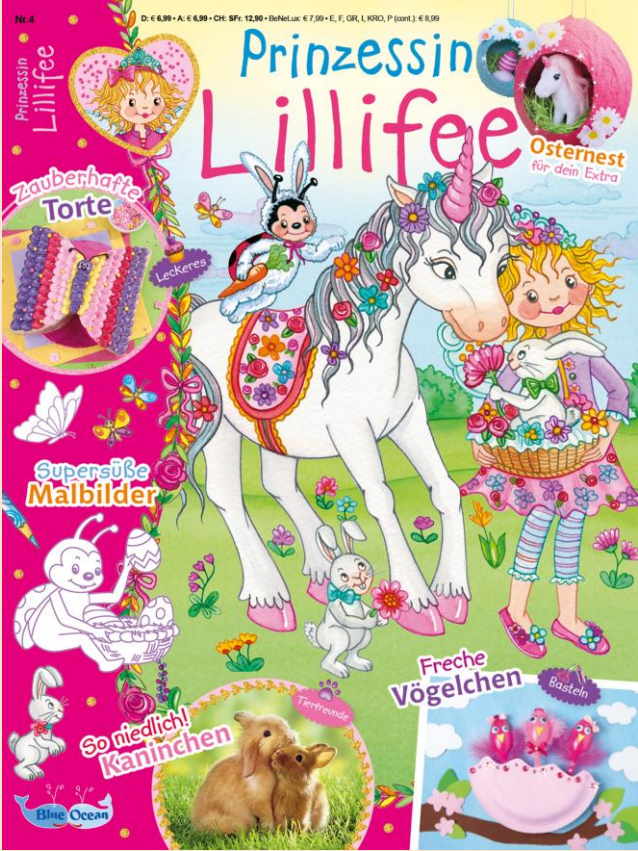
Unisex- & Boys Titel

Titel	Ø-Alter Hauptleser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q3 2025 (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	6,0	36%	64%	24.063	2,39	57.511	0,09	2.166	0,72	12.272	0,77	18.529	0,04	963	0,77	18.529
FRAG doch mal die Maus	7,5	42%	58%	31.975	2,43	77.699	0,01	320	0,42	7.994	1,17	37.411	0,05	1.599	0,78	24.941
Planet WOW	9,2	53%	47%	31.076	2,02	62.774	0,02	622	0,13	3.729	1,42	44.128	--	-	0,45	13.984
WAS IST WAS	8,3	35%	65%	32.558	2,35	76.511	0,02	651	0,30	7.488	1,35	43.953	0,09	2.930	0,59	19.209
PLAYMOBIL-Magazin*	7,1	33%	67%	25.166	2,19	55.114	0,02	503	0,56	11.073	0,86	21.643	0,08	2.013	0,67	16.861
5!-Magazin**	9,2	0%	100%	38.482	2,10	80.812	--	--	0,10	3.848	1,37	52.720	0,31	11.929	0,32	12.314
Die drei ??? Kids	9,0	33%	67%	33.212	2,12	70.409	--	--	0,17	5.314	1,37	45.500	0,08	2.657	0,50	16.606
LEGO Minecraft	9,0	11%	89%	59.619	1,93	115.065	0,01	596	0,11	6.558	1,35	80.486	0,07	4.173	0,39	23.251
LEGO NINJAGO	8,1	12%	88%	53.566	2,01	107.668	--	--	0,30	15.534	1,19	63.744	0,09	4.821	0,43	23.033
Gesamt Unisex & Boys				329.717		703.562		4.858		73.811		408.113		31.085		168.729

Mit den Unisex- & Boys-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **704.000** potenzielle Kontakte!

Preschool-Titel

Preschool-Segment: 3 Titel



Preschool-Titel

Erreichen Sie zwei Zielgruppen auf einmal: Die Kids und die mitlesenden Eltern

Titel	Ø-Alter Hauptleser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q3 2025 (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
Prinzessin Lillifee	6,5	97%	3%	45.504	2,02	91.918	0,01	455	0,56	25.482	0,86	39.133	0,08	3.640	0,51	23.207
Benjamin Blümchen	6,0	36%	64%	24.063	2,39	57.511	0,09	2.166	0,72	17.325	0,77	18.529	0,04	963	0,77	18.529
PLAYMOBIL-Magazin*	7,1	33%	67%	25.166	2,19	55.114	0,02	503	0,56	14.093	0,86	21.643	0,08	2.013	0,67	16.861
Gesamt Preschool				94.733		204.542		3.124		56.901		79.305		6.616		58.597

Mit den Preschool-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **205.000** potenzielle Kontakte!

Insights unserer Titel Prinzessin Lillifée

Verkaufte Auflage: 45.504 Ex.* | **REICHWEITE: 91.918 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,02** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)	
Unter 3 Jahre	0,5 %
3 bis 5 Jahre	27,7 %
6 bis 9 Jahre	32,2 %
10 bis 13 Jahre	10,4 %
Ab 14 Jahre	4,0 %
Mitlesende Eltern	25,2 %

6,3 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

83 % der Kids basteln, zeichnen und malen gerne**

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**	
94 %	Spielwaren
89 %	Bekleidung
89 %	Bücher & Zeitschriften

Informationen zum Hauptleser

42 %

3-5 Jahre

46 %


6-9 Jahre

12 %

10-13 Jahre

3 %

Jungen



97 %

Mädchen

6,5 Jahre

Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen**

Märchen, Fabelwesen	76 %
Prinzessinnen	69 %
Pferde	67 %

Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin***

53 %

Bastel-/Malsets

45 %

Puppen/Plüschtiere

Insights unserer Titel **Benjamin Blümchen**

Verkaufte Auflage: 24.063 Ex.* | **REICHWEITE: 57.511 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,39** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	3,8 %
3 bis 5 Jahre	30,1 %
6 bis 9 Jahre	22,6 %
10 bis 13 Jahre	9,6 %
Ab 14 Jahre	1,7 %
Mitlesende Eltern	32,2 %



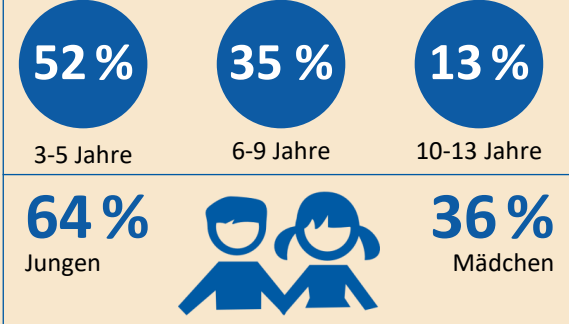
5,9 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

Kaufkräftige Zielgruppe:
Im Schnitt erhalten die Kids **24,75 €** Taschengeld im Monat**

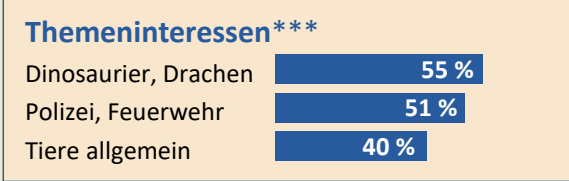
Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)***

- 86 %** Lebensmitteleinkäufe
- 86 %** Spielwaren
- 82 %** Bekleidung

Informationen zum Hauptleser



6,0 Jahre
Durchschnittsalter Lesende



74 % mitlesende Eltern – Erreichen Sie zwei Zielgruppen auf einmal****

Insights unserer Titel

Verkaufte Auflage: 25.166 Ex.* | **REICHWEITE: 55.114 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,19** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,9 %
3 bis 5 Jahre	25,6 %
6 bis 9 Jahre	26,0 %
10 bis 13 Jahre	13,2 %
Ab 14 Jahre	3,7 %
Mitlesende Eltern	30,6 %

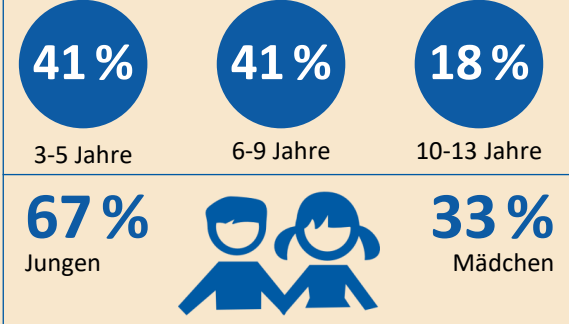
 **6,7** von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

74 % der Kids spielen gerne mit Spielsets**

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

- 97 %** Spielwaren
- 88 %** Bücher & Zeitschriften
- 86 %** Bekleidung

Informationen zum Hauptleser



7,1 Jahre
Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen**

Tiere allgemein	52 %
Polizei, Feuerwehr	51 %
Dinosaurier, Drachen	48 %

Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin***

46 %
Spielsets

School-Titel

School-Segment: 12 Titel



Girls-School-Titel

Werden Sie zum Must-Have bei den Kids!

Titel	Ø-Alter Hauptleser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q3 2025 (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
Bibi & Tina	7,2	93%	7%	25.488	2,02	51.486	0,02	510	0,42	10.705	1,03	26.253	0,09	2.294	0,46	11.724
LISSY	9,0	82%	18%	25.806	1,49	38.451	--	--	0,17	4.387	1,12	28.903	--	--	0,20	5.161
Lissy PONY Magazin	8,3	100%	0%	33.825	1,89	63.929	0,01	338	0,20	6.765	1,24	41.943	0,04	1.353	0,40	13.530
Mia and me	7,7	97%	3%	39.959	1,92	76.721	0,01	400	0,37	14.785	1,08	43.156	0,04	1.598	0,42	16.783
Miraculous	8,1	86%	14%	18.997	1,98	37.614	0,01	190	0,39	7.409	1,04	19.757	0,08	1.520	0,46	8.739
Gesamt Girls-School				144.075		268.201		1.438		44.051		160.011		6.765		55.937

Mit den Girls-School-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **268.000** potenzielle Kontakte!

Insights unserer Titel **Bibi&Tina**

Verkaufte Auflage: 25.488 Ex.* | **REICHWEITE: 51.486 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,02** Lesende

70%
mitlesende Eltern – Erreichen Sie zwei Zielgruppen auf einmal**



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	1,0 %
3 bis 5 Jahre	20,8 %
6 bis 9 Jahre	34,6 %
10 bis 13 Jahre	16,3 %
Ab 14 Jahre	4,5 %
Mitlesende Eltern	22,8 %



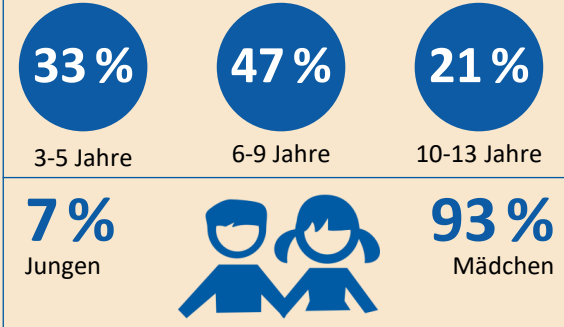
6,1 von 10 Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

77% der Kids basteln, zeichnen und malen gerne***

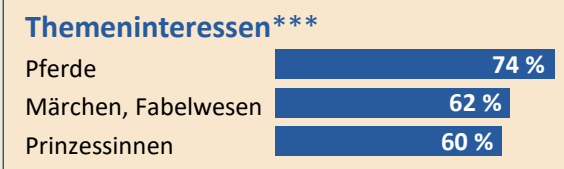
Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)***

- 90 % Bekleidung
- 90 % Spielwaren
- 85 % Bücher & Zeitschriften

Informationen zum Hauptleser



7,2 Jahre
Durchschnittsalter Lesende



Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin****

47%
Bastel-/Malsets

Insights unserer Titel

Verkaufte Auflage: 25.806 Ex.* | **REICHWEITE: 38.451 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **1,49** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,0 %
3 bis 5 Jahre	11,4 %
6 bis 9 Jahre	43,0 %
10 bis 13 Jahre	32,2 %
Ab 14 Jahre	0,0 %
Mitlesende Eltern	13,4 %



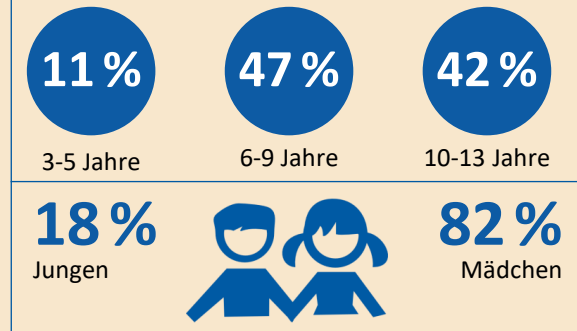
5,3 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

65 % der Kids schauen gerne Filme, Serien und streamen Videos**

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

95 % Spielwaren
92 % Bekleidung
84 % Bücher & Zeitschriften

Informationen zum Hauptleser

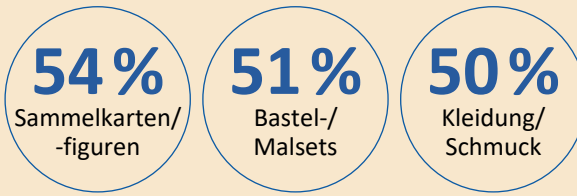


9,0 Jahre
Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen**

Pferde	65 %
Tiere allgemein	62 %
Märchen, Fabelwesen	58 %

Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin***



Insights unserer Titel



Verkaufte Auflage: 33.825 Ex.* | **REICHWEITE: 63.929 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **1,89** Lesende

72%
mitlesende Eltern – Erreichen Sie zwei Zielgruppen auf einmal**



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,5 %
3 bis 5 Jahre	10,6 %
6 bis 9 Jahre	38,6 %
10 bis 13 Jahre	27,0 %
Ab 14 Jahre	2,1 %
Mitlesende Eltern	21,2 %



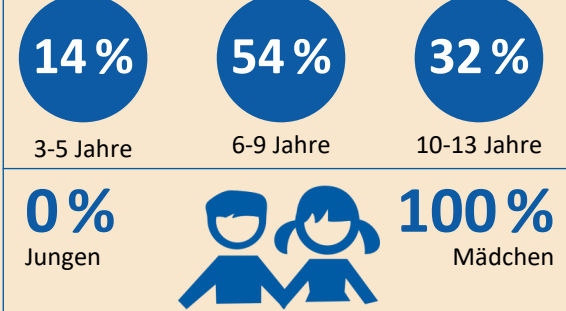
8,3 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

54% der Kids gehen gerne ins Kino***

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)***

- 98 % Spielwaren
- 87 % Bekleidung
- 86 % Lebensmitteleinkäufe

Informationen zum Hauptleser



8,3 Jahre

Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen***

Pferde	79 %
Märchen, Fabelwesen	71 %
Tiere allgemein	69 %

Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin****



Insights unserer Titel



Verkaufte Auflage: 39.959 Ex.* | **REICHWEITE: 76.721 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **1,92** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,5 %
3 bis 5 Jahre	19,3 %
6 bis 9 Jahre	36,4 %
10 bis 13 Jahre	19,8 %
Ab 14 Jahre	2,1 %
Mitlesende Eltern	21,9 %



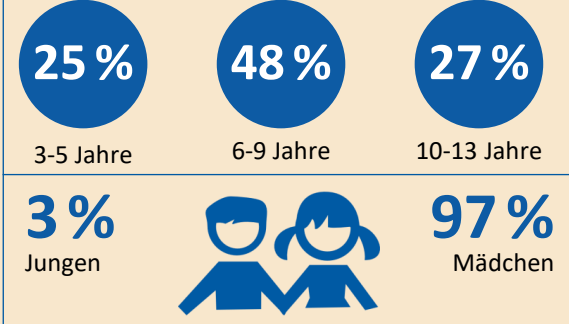
5,4 von 10 Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

72 % der Kids spielen gerne Gesellschaftsspiele und puzzeln**

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

97 % Bekleidung
92 % Bücher & Zeitschriften
91 % Spielwaren

Informationen zum Hauptleser



7,7 Jahre
Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen**

Märchen, Fabelwesen	73 %
Pferde	71 %
Familie, Freundschaft	65 %

Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin***



Insights unserer Titel



Verkaufte Auflage: 18.997 Ex.* | **REICHWEITE: 37.614 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **1,98** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,5 %
3 bis 5 Jahre	19,7 %
6 bis 9 Jahre	32,9 %
10 bis 13 Jahre	19,7 %
Ab 14 Jahre	4,0 %
Mitlesende Eltern	23,2 %



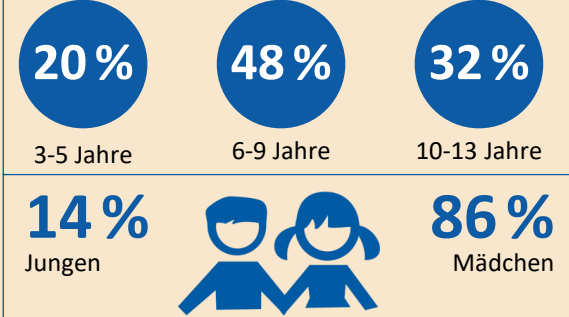
5,9 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

63 % der Kids mögen Musik, Podcasts, Hörspiele, Hörbücher sowie Gesellschaftsspiele und Puzzles**

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

94 % Bekleidung
93 % Spielwaren
88 % Bücher & Zeitschriften

Informationen zum Hauptleser



8,1 Jahre
Durchschnittsalter Lesende



Unisex- & Boys-School-Titel

Werden Sie zum Must-Have bei den Kids!

Titel	Ø-Alter Haupt-leser	LeserInnen-Struktur nach Geschlecht		Verkaufte Auflage IVW Q3 2025 (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
FRAG doch mal die Maus	7,5	42%	58%	31.975	2,43	77.699	0,01	320	0,42	13.430	1,17	37.411	0,05	1.599	0,78	24.941
Planet WOW	9,2	53%	47%	31.076	2,02	62.774	0,02	622	0,13	4.040	1,42	44.128	--	--	0,45	13.984
WAS IST WAS	8,3	35%	65%	32.558	2,35	76.511	0,02	651	0,30	9.767	1,35	43.953	0,09	2.930	0,59	19.209
5!-Magazin*	9,2	0%	100%	38.482	2,10	80.812	--	--	0,10	3.848	1,37	52.720	0,31	11.929	0,32	12.314
Die drei ??? Kids	9,0	33%	67%	33.212	2,12	70.409	--	--	0,17	5.646	1,37	45.500	0,08	2.657	0,50	16.606
LEGO Minecraft	9,0	11%	89%	59.619	1,93	115.065	0,01	596	0,11	6.558	1,35	80.486	0,07	4.173	0,39	23.251
LEGO NINJAGO	8,1	12%	88%	53.566	2,01	107.668	--	--	0,30	16.070	1,19	63.744	0,09	4.821	0,43	23.033
Gesamt Unisex- & Boys-School				280.488		590.938		2.189		59.359		367.942		28.110		133.339

Mit den Unisex- & Boys-School-Titeln von Blue Ocean erreichen Sie rund **591.000** potenzielle Kontakte!

Insights unserer Titel



Verkaufte Auflage: 31.975 Ex.* | **REICHWEITE: 77.699 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,43** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,4 %
3 bis 5 Jahre	17,3 %
6 bis 9 Jahre	27,5 %
10 bis 13 Jahre	20,6 %
Ab 14 Jahre	2,1 %
Mitlesende Eltern	32,1 %

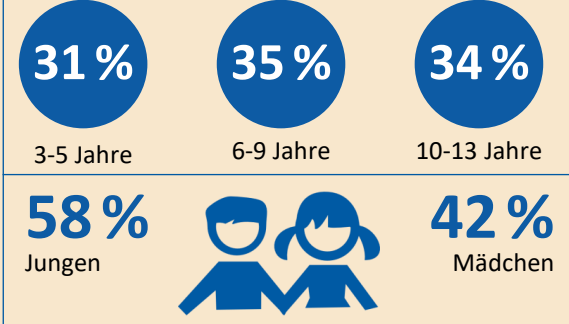
7,2 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

53 % der Kids mögen Musik, Podcasts, Hörspiele, Hörbücher sowie Gesellschaftsspiele, Spielsets und Puzzles**

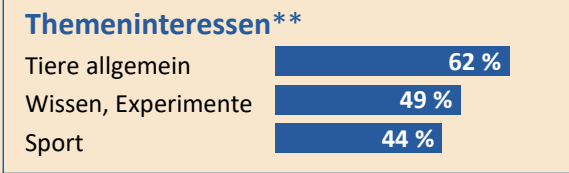
Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

- 96 %** Spielwaren
- 93 %** Bücher & Zeitschriften
- 89 %** Freizeitgestaltung & Urlaubsplanung

Informationen zum Hauptleser



7,5 Jahre
Durchschnittsalter Lesende



72 % mitlesende Eltern – Erreichen Sie zwei Zielgruppen auf einmal***

Insights unserer Titel



Verkaufte Auflage: 31.076 Ex.* | **REICHWEITE: 62.774 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,02** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)	
Unter 3 Jahre	1,0 %
3 bis 5 Jahre	6,4 %
6 bis 9 Jahre	33,2 %
10 bis 13 Jahre	37,1 %
Ab 14 Jahre	0,0 %
Mitlesende Eltern	22,3 %

4,7 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

56 % der Kids spielen gerne mit Spielsets und beschäftigen sich mit dem Handy/Smartphone**

- Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)****
- 99 % Bekleidung
 - 97 % Bücher & Zeitschriften
 - 95 % Freizeitgestaltung & Urlaubsplanung

Informationen zum Hauptleser

8 %

3-5 Jahre

39 %

6-9 Jahre

53 %

10-13 Jahre

47 %

Jungen

53 %

Mädchen

9,2 Jahre

Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen**

Familie, Freundschaft	68 %
Wissen, Experimente	53 %
Tiere allgemein	46 %

73 % mitlesende Eltern – Erreichen Sie zwei Zielgruppen auf einmal***

Insights unserer Titel



Verkaufte Auflage: 32.558 Ex.* | **REICHWEITE: 76.511 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,35** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,9 %
3 bis 5 Jahre	12,8 %
6 bis 9 Jahre	32,7 %
10 bis 13 Jahre	24,7 %
Ab 14 Jahre	3,8 %
Mitlesende Eltern	25,1 %



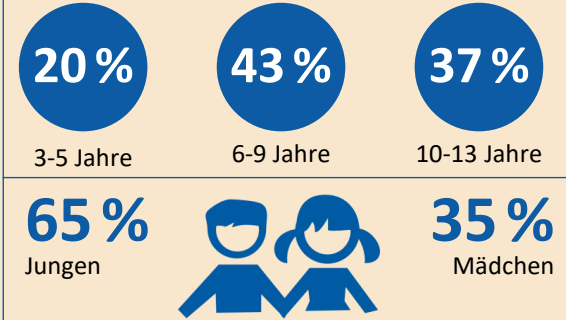
7,4 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

54 % der Kids hören gerne Musik, Podcasts, Hörspiele und Hörbücher**

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

- 88 %** Bekleidung
- 87 %** Spielwaren
- 82 %** Freizeitgestaltung & Urlaubsplanung

Informationen zum Hauptleser



8,3 Jahre

Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen**

Wissen, Experimente	54 %
Tiere allgemein	46 %
Familie, Freundschaft	43 %

Insights unserer Titel

Verkaufte Auflage: 38.482 Ex.* | **REICHWEITE: 80.812 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,10** Lesende

79%
mitlesende Eltern – Erreichen Sie zwei Zielgruppen auf einmal**



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)	
Unter 3 Jahre	0,0 %
3 bis 5 Jahre	4,8 %
6 bis 9 Jahre	27,6 %
10 bis 13 Jahre	37,6 %
Ab 14 Jahre	14,8 %
Mitlesende Eltern	15,2 %



78% der Kids spielen gerne auf dem Computer oder der Spielkonsole***

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)***	
96 %	Bücher & Zeitschriften
89 %	Lebensmitteleinkäufe
87 %	Bekleidung

Informationen zum Hauptleser

7%

3-5 Jahre

41%


6-9 Jahre

52%

10-13 Jahre

100%

Jungen



0%

Mädchen

9,2 Jahre

Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen***

Sport	72 %
Wissen, Experimente	54 %
Superhelden	50 %

Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin****

65%

Sammelkarten/-figuren

65%

Kinofilme/DVDs

62%

Computerspiele

Insights unserer Titel



Verkaufte Auflage: 33.212 Ex.* | **REICHWEITE: 70.409 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,12** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,0 %
3 bis 5 Jahre	8,0 %
6 bis 9 Jahre	35,4 %
10 bis 13 Jahre	29,2 %
Ab 14 Jahre	3,8 %
Mitlesende Eltern	23,6 %



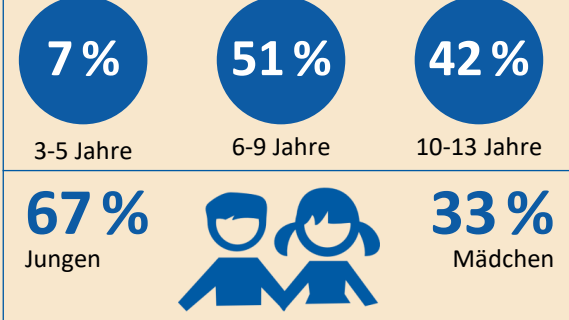
7,2 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

62 % der Kids sind sportlich aktiv**

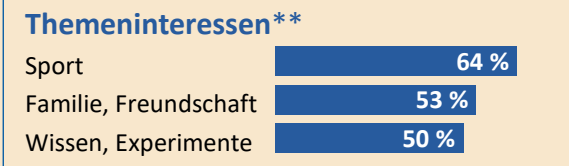
Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

89 % Spielwaren
89 % Bekleidung
87 % Bücher & Zeitschriften

Informationen zum Hauptleser



9,0 Jahre
Durchschnittsalter Lesende



Insights unserer Titel

Verkaufte Auflage: 59.619 Ex.* | **REICHWEITE: 115.065 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **1,93** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,5 %
3 bis 5 Jahre	5,7 %
6 bis 9 Jahre	39,4 %
10 bis 13 Jahre	30,6 %
Ab 14 Jahre	3,6 %
Mitlesende Eltern	20,2 %

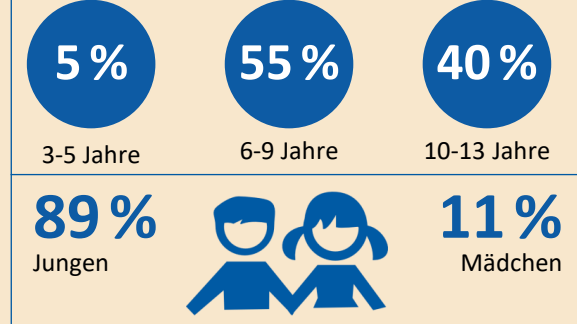

7,3 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

67 % der Kids spielen gerne auf dem Computer oder der Spielkonsole**

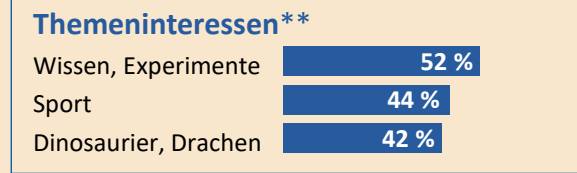
Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

- 90 %** Spielwaren
- 88 %** Lebensmitteleinkäufe
- 85 %** Bekleidung

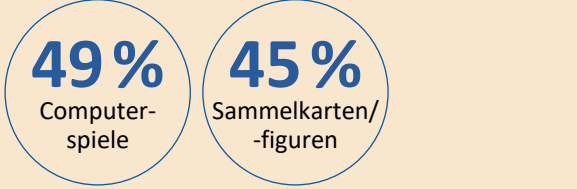
Informationen zum Hauptleser



9,0 Jahre
 Durchschnittsalter Lesende



Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin***



Insights unserer Titel

Verkaufte Auflage: 53.566 Ex.* | **REICHWEITE: 107.668 Lesende**

Mit einer Ausgabe erreichen Sie **2,01** Lesende



Aufschlüsselung des Real-Leser-Faktors auf die Altersgruppen (alle Lesenden)

Unter 3 Jahre	0,0 %
3 bis 5 Jahre	14,9 %
6 bis 9 Jahre	38,8 %
10 bis 13 Jahre	20,4 %
Ab 14 Jahre	4,5 %
Mitlesende Eltern	21,4 %



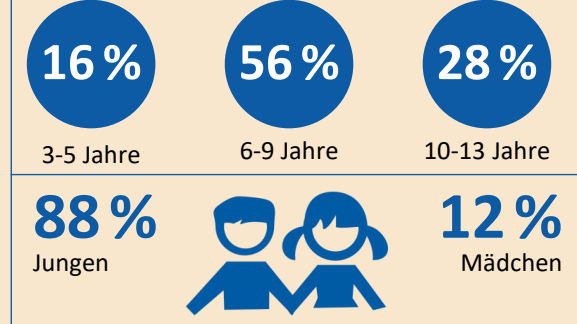
6,9 von **10** Kindern möchten auch die nächste Ausgabe lesen

67 % der Kids schauen gerne Filme, Serien und streamen Videos**

Kleine Entscheider: Hier entscheiden die Kids mit (Kauf, Auswahl)**

90 % Spielwaren
88 % Bekleidung
87 % Bücher & Zeitschriften

Informationen zum Hauptleser



8,1 Jahre
Durchschnittsalter Lesende

Themeninteressen**

Dinosaurier, Drachen	53 %
Wissen, Experimente	52 %
Superhelden	50 %

Besonders interessante Produktwerbung für die Kids im Magazin***

47 % Sammelkarten/-figuren

Mitbestimmung

Bei welchen Entscheidungen dürfen die Kids mitbestimmen (Kauf, Auswahl)?

Spielwaren		88%
Bekleidung		86%
Bücher und Zeitschriften		79%
Lebensmitteleinkäufe		79%
Freizeitgestaltung und Urlaubsplanung		76%
kostenlose Apps auf dem Smartphone/Tablet		45%
Körperpflege und Kosmetik		43%
Unterhaltungselektronik (z.B. Spielkonsolen, Streamingdienste, Games)		34%
kostenpflichtige Apps auf dem Smartphone/Tablet		18%

Unsere Magazine:
Hier entscheiden die
Blue-Ocean-Lesenden
mit (Kauf, Auswahl)*:

89%

Spielwaren

88%

Bekleidung

83%

Bücher &
Zeitschriften

79%

Lebensmittel-
einkäufe

76%

Freizeitgestaltung &
Urlaubsplanung

Mit unseren Magazinen erreichen Sie perfekt die kleinen Kaufentscheider.

Werbung in Kinderzeitschriften

Welche Produktwerbung begeistert die Kids?

60%
der Kids interessieren sich für Spielzeug-Werbung in Kinderzeitschriften.

Besonders interessante Produktwerbung für die Kids in den jeweiligen Zeitschriften:



Sammelkarten/-figuren	65 %
Kinofilme/DVDs	65 %
Computerspiele	62 %
Spielsets	59 %
Bücher/Hörspiele	51 %
Freizeitparks/Zoos	46 %



Sammelkarten/-figuren	54 %
Bastel-/Malsets	51 %
Kleidung/Schmuck	50 %
Freizeitparks/Zoos	45 %



Bastel-/Malsets	63 %
Kleidung/Schmuck	57 %
Puppen/Plüschtiere	52 %



Bastel-/Malsets	50 %
Kleidung/Schmuck	50 %
Sammelkarten/-figuren	47 %



Computerspiele	49 %
Sammelkarten/-figuren	45 %



Bastel-/Malsets	53 %
Sammelkarten/-figuren	45 %



Bastel-Malsets	47 %
----------------	------



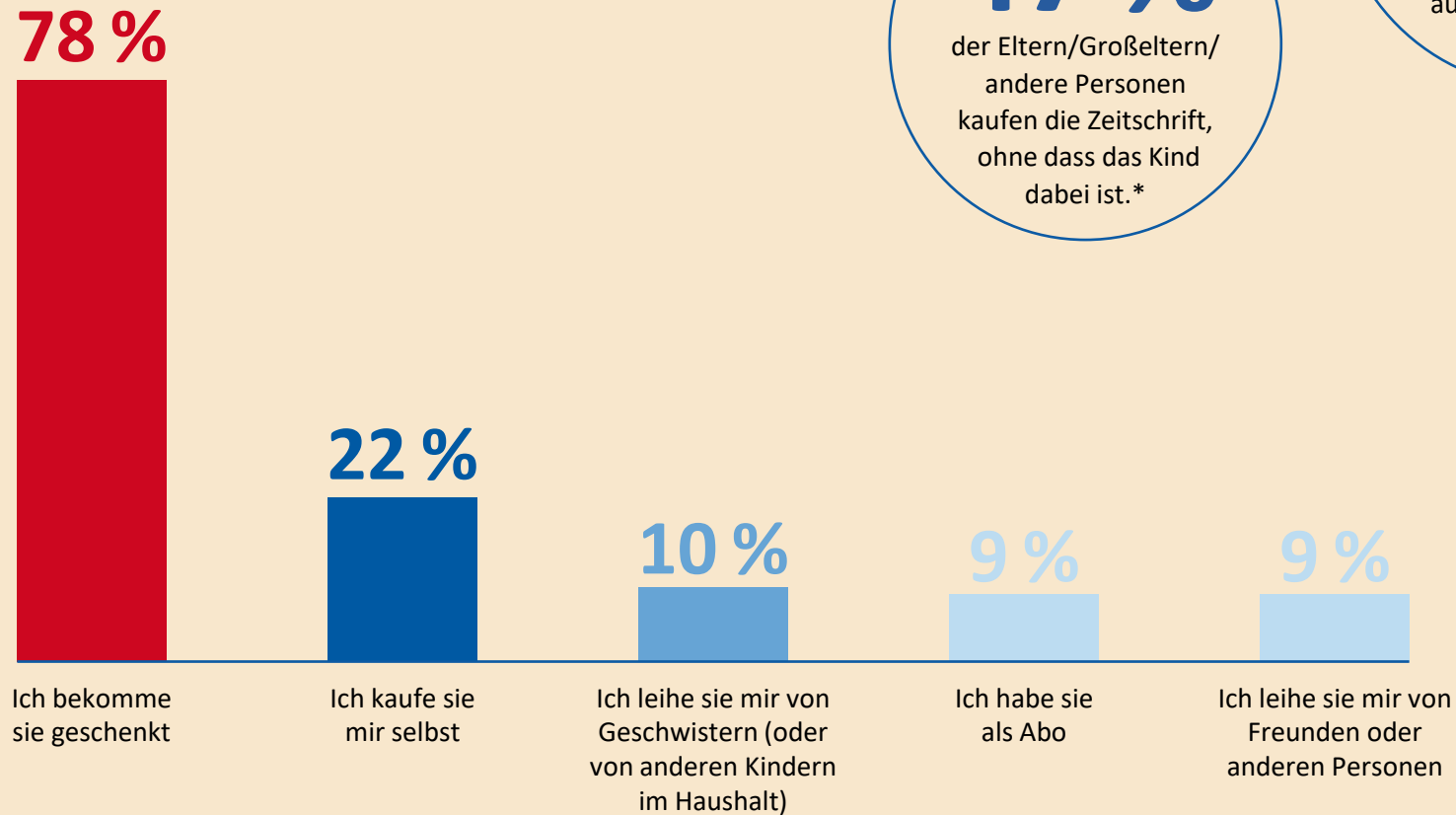
Sammelkarten/-figuren	46 %
-----------------------	------



Sammelkarten/-figuren	47 %
-----------------------	------

Kauf der Magazine

Woher haben die Kids die Kinderzeitschriften?

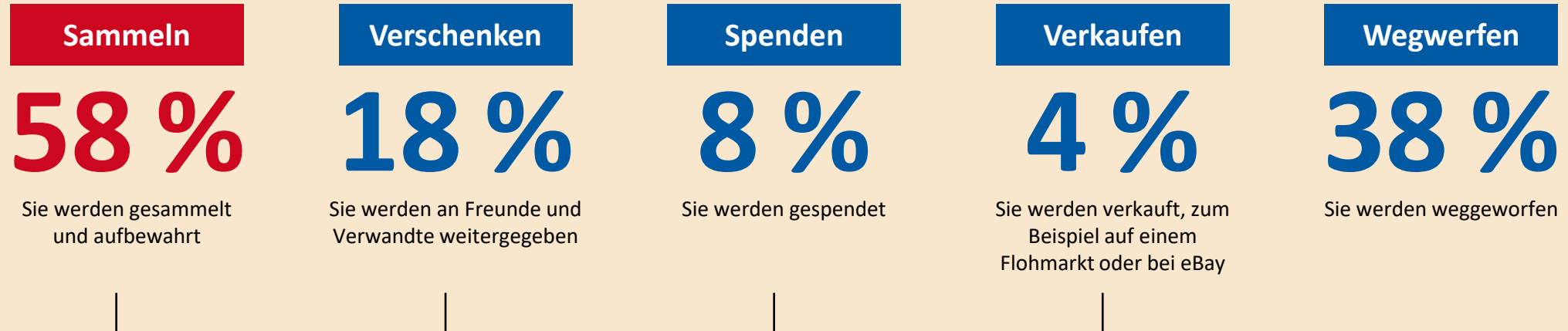


47 %
der Eltern/Großeltern/
andere Personen
kaufen die Zeitschrift,
ohne dass das Kind
dabei ist.*

68 %
der Kids bekommen die
Zeitschrift während sie
mit den Eltern/Großeltern
am Kiosk/im Supermarkt
auch andere Sachen
einkaufen.*

Lebenszyklus der Magazine

Was passiert mit den Kinderzeitschriften, nachdem die Kids diese ausgelesen haben?

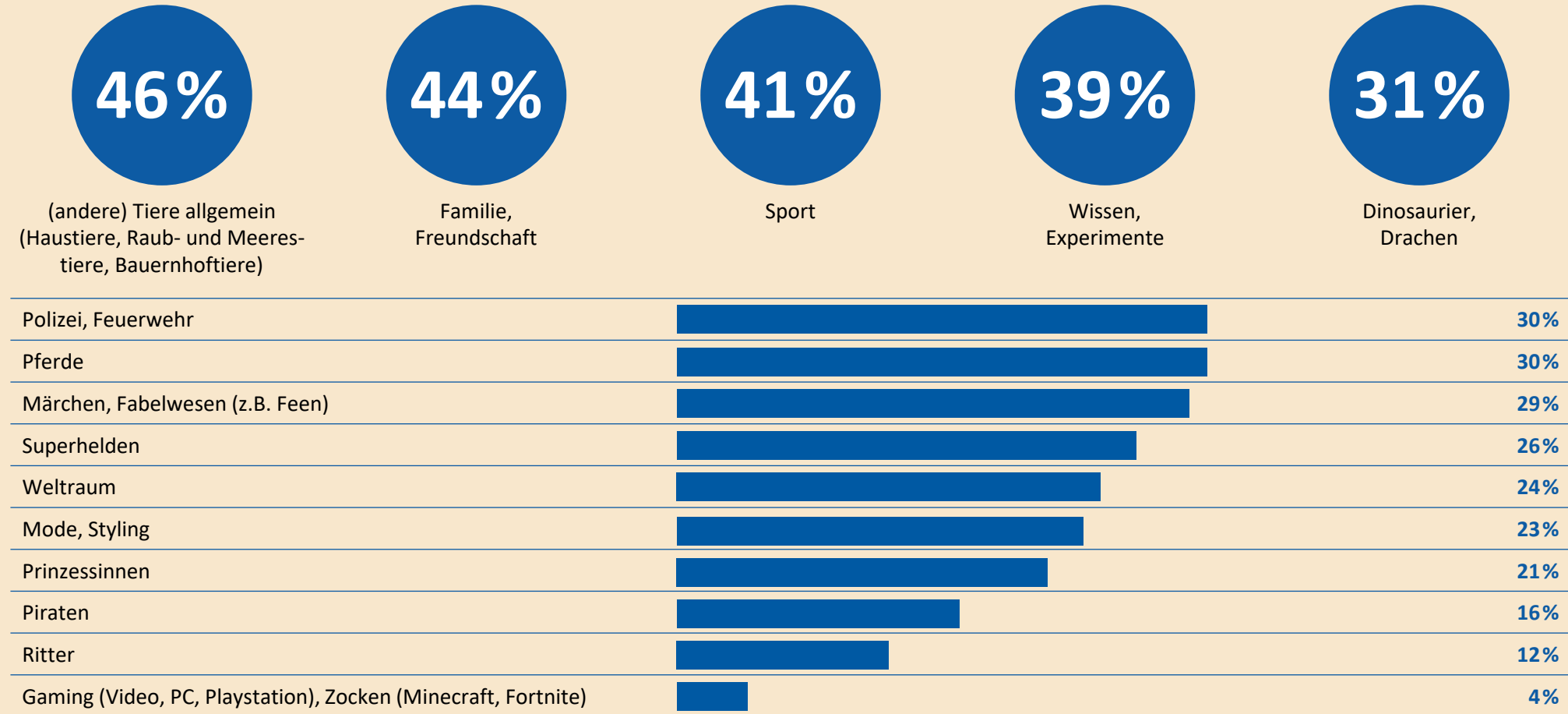


Mehrfachkontakte in der Zielgruppe

Zeitschriften sind für Kinder ein wertvoller Besitz und werden aufbewahrt.
→ Ihre Werbung bleibt lange in den Kinderzimmern präsent.

Themeninteressen

Für welche Themen interessieren sich die Kids?

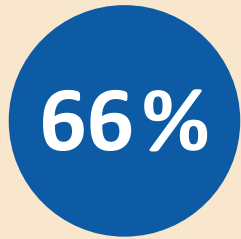


Lieblingsbeschäftigungen

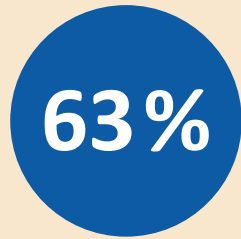
Was machen die Kids besonders gerne?



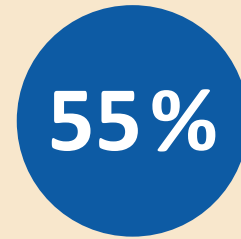
Mit Freunden spielen



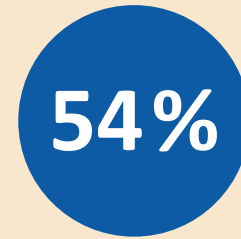
Im Freien spielen



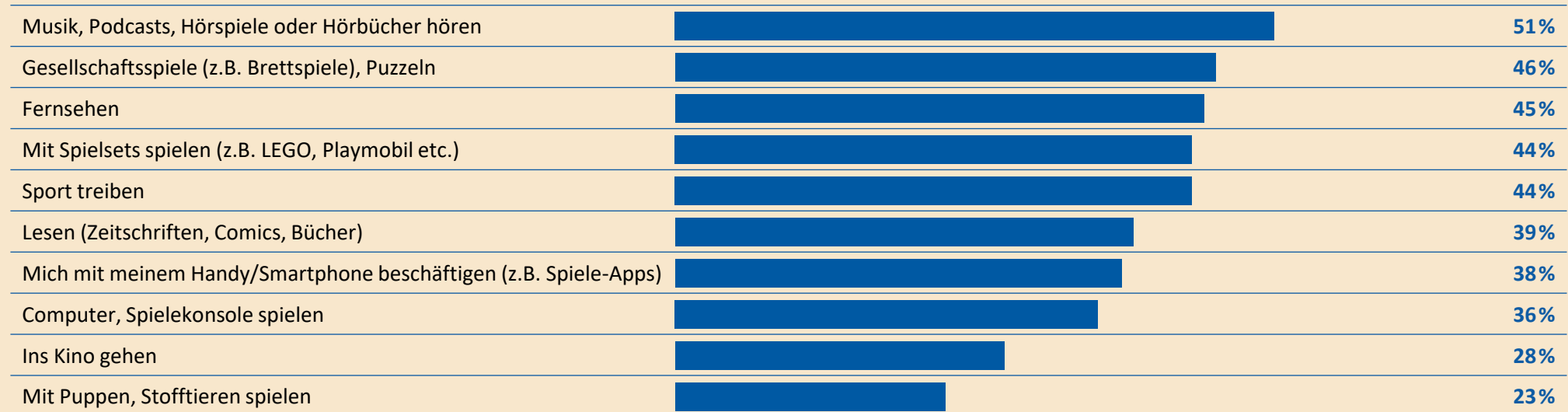
Etwas zusammen mit der Familie unternehmen



Basteln, Zeichnen, Malen, Handarbeiten



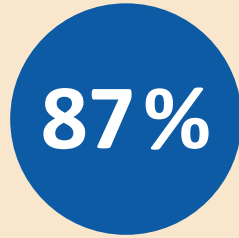
Filme, Serien, Videos streamen (z.B. Netflix, Disney+, Youtube, Twitch)



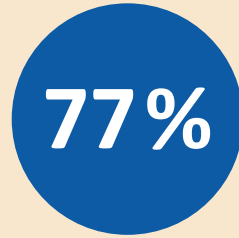
Im Grundschulalter geben 43 % das Lesen als ihre Lieblingsbeschäftigung an.

Umweltfaktoren

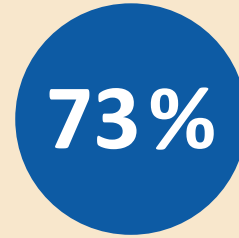
Wie fühlen sich die Kids gerade und welche Themen beeinflussen ihre Stimmung?



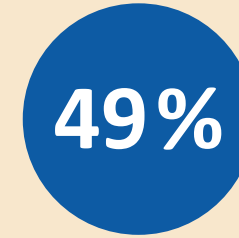
Meine Familie,
Geschwister



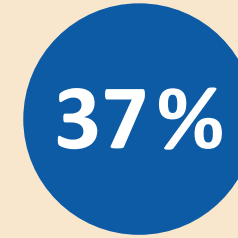
Meine Freunde,
Freundinnen



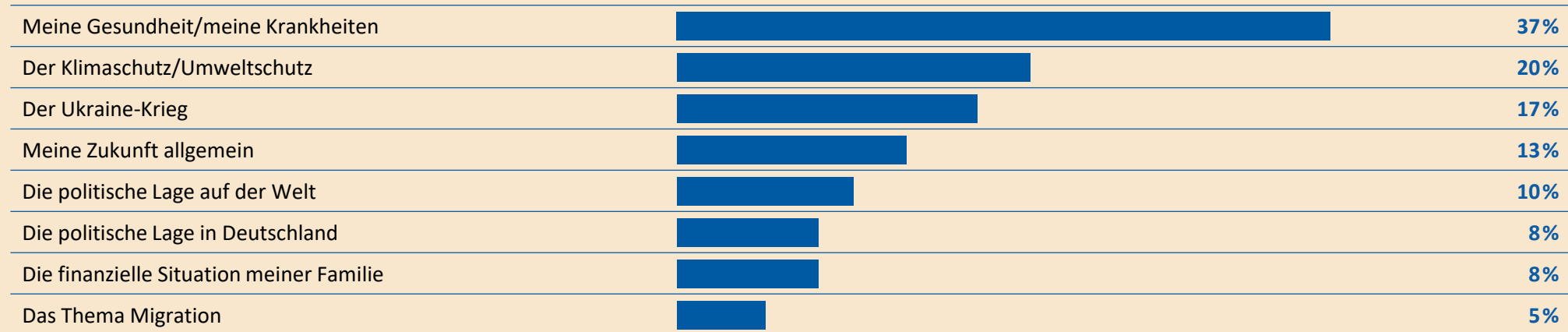
Meine Schule,
Mitschüler/Mitschülerinnen



Meine Hobbys und
Freizeitaktivitäten



Meine Schulnoten

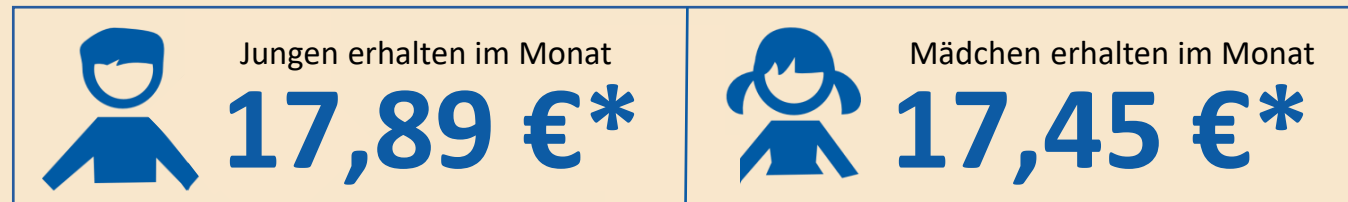
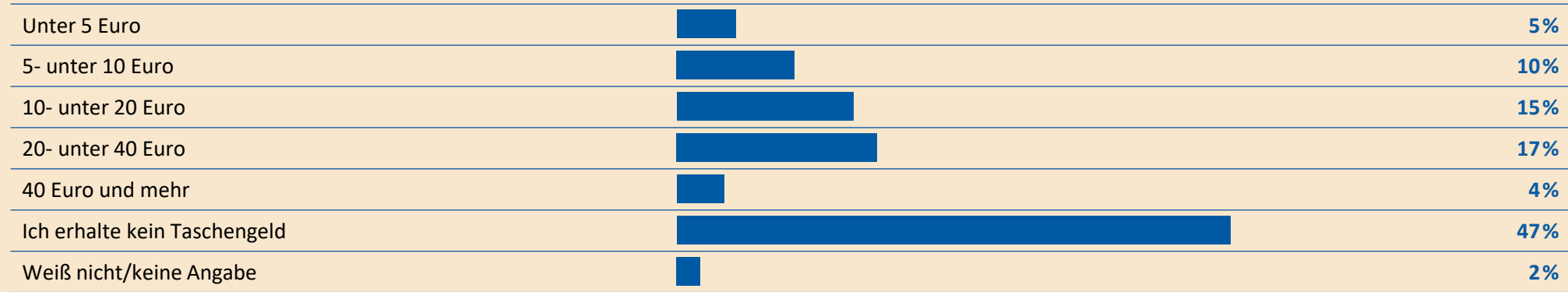


82 % der Kids fühlen sich (sehr) gut.*

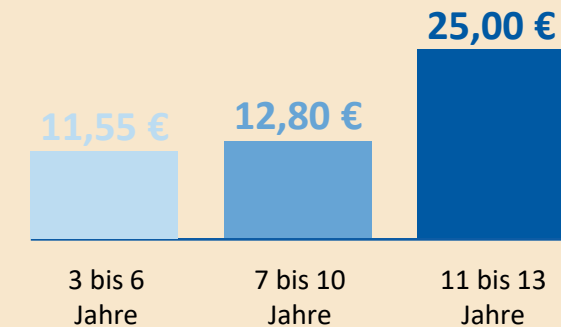
Taschengeldverfügbarkeit

Wie viel Taschengeld bekommen die Kids?

Im Durchschnitt erhalten die Kids
17,67 €
monatlich.*



Taschengeld in den Altersgruppen:



Kids-Medien-Kompass 2025

Unsere Studie auf einem Blick

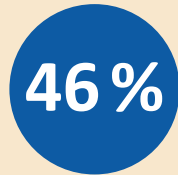
Der REAL-LESER-FAKTOR:

∅ **2,39**

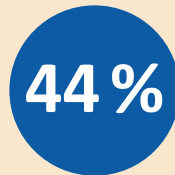
Lesende erreichen Sie pro verkauftes Exemplar einer Kinderzeitschrift allgemein

Bei Blue Ocean erreichen Sie allein mit den 15 abgefragten Titeln rund **1.064.000** potenzielle Kontakte

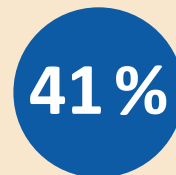
Lieblingsthemen der Kids*:



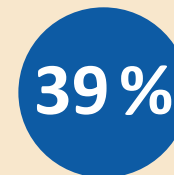
Tiere allgemein



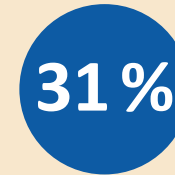
Familie, Freundschaft



Sport



Wissen, Experimente



Dinosaurier, Drachen

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

81 % der Kids im Grundschulalter lesen Kinderzeitschriften

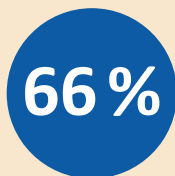
Für **43 %** der Kids im Grundschulalter ist das Lesen eine Lieblingsbeschäftigung*

60 % der Kids interessieren sich für Spielzeug-Werbung in Kinderzeitschriften**

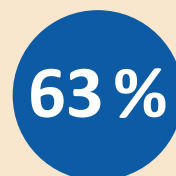
Lieblingsbeschäftigungen der Kids*:



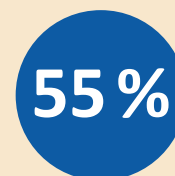
Mit Freunden spielen



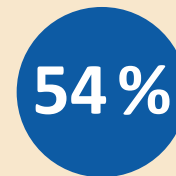
Im Freien spielen



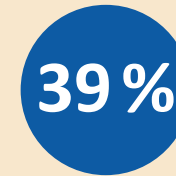
Etwas zusammen mit der Familie unternehmen



Basteln, Zeichnen, Malen, Handarbeiten



Filme, Serien, Videos streamen



Lesen (Zeitschriften, Comics, Bücher)

Im Durchschnitt erhalten die Kids

17,67 €

Taschengeld monatlich***



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



Franziska Stöhr
Deputy Head of Advertising
Sales & Promotion
0711/22 02 99 222
stoehr@blue-ocean-ag.de



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



Simone Buckingham
Advertising Sales Manager
0711/22 02 99 1262
buckingham@blue-ocean-ag.de

IHR TEAM

für eine erfolgreiche Werbekampagne im Kindermarkt!



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



Martina Müller
Advertising Sales Manager
0711/22 02 99 2975
mueller.martina@blue-ocean-ag.de



Patricia Hausburg
Advertising Sales &
Digital Projects Manager
0711/22 02 99 291
hausburg@blue-ocean-ag.de



Sabrina Wohlleben
Advertising Sales Manager &
Coordinator
0711/22 02 99 2976
wohlleben@blue-ocean-ag.de



Nicole Bitter
Junior Advertising Sales Manager
0711/22 02 99 1291
bitter@blue-ocean-ag.de



Fragen? Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung!