

# TOPMØDET

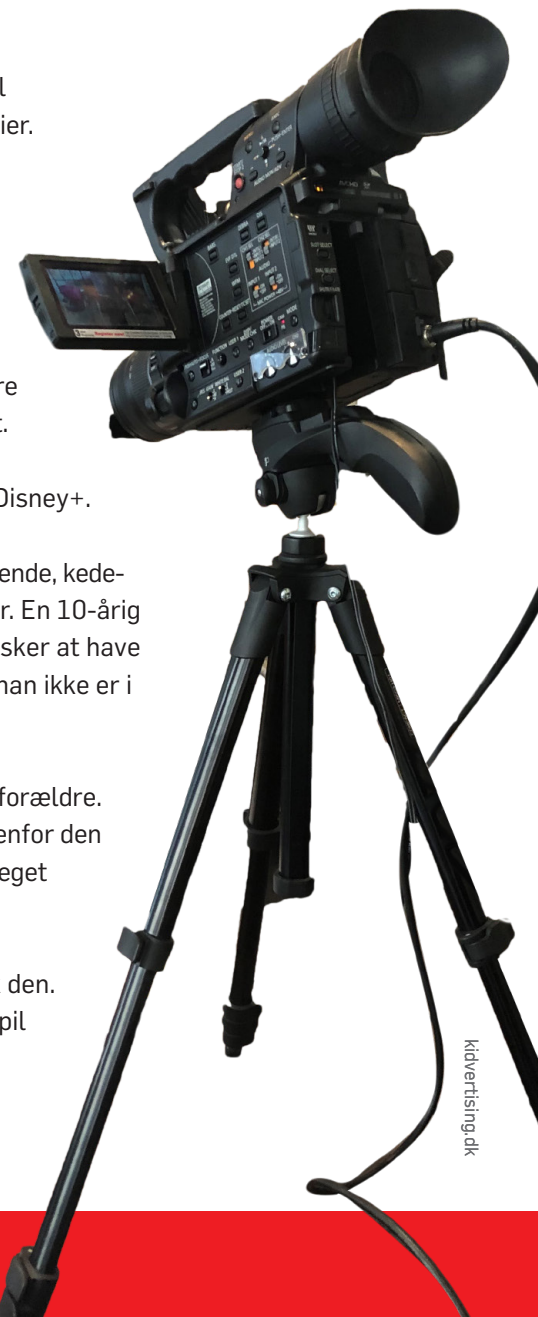
## SpørgDogBørnene **LIVE**

Se/hør  
topmødet  
her



På børnetopmødet fik vi og vores kunder bl.a. svar på, at:

- Børnene bruger oftest TikTok og YouTube når de kommer hjem fra skole og skal slappe af. De mener selv, at de dagligt bruger mellem 1-3 timer på sociale medier.
- Mange af børnene spiller Roblox og Minecraft på deres tablets eller mobiler.
- På YouTube ser de enten andre, der spiller spil, eller hvad der ellers kommer op på deres forside af nye videoer.
- Enkelte børn har set børnekanaler i fjernsynet inden for den seneste uge, hvor andre har set kanaler som TV3 og Kanal 5. Her blev politiprogrammer særligt fremhævet.
- Alle børnene har adgang til indtil flere streamingtjenester - halvdelen af dem, Disney+.
- Børnene ser oftest reklamer på YouTube eller i spil, og de synes ofte at de er irriterende, kedelige eller i vejen. Det er både børne- og voksenreklamer, de bliver eksponeret for. En 10-årig dreng nævner reklamen "Primus Optimus" for banklån, som en reklame han husker at have set mange gange, og han nævner, at det er en god reklame. Det til trods for, at han ikke er i målgruppen og dermed ikke en relevant kontakt for brandet.
- Børnene kan godt finde på at plage efter ting, når de er ude at handle med deres forældre. Nogle gange får de et nej, men andre gange bliver der givet efter. To børn har indenfor den seneste tid fået en PlayStation, uafhængigt af fødselsdag eller jul, fordi de efter eget udsagn "havde plaget i lang tid".
- De havde ingen opfattelse af, hvor lang tid de skulle plage om en ting, før de fik den. F.eks. følte en af drengene, at han havde plaget sin mor længe om et FIFA 21 spil til PlayStation. Han havde plaget i tre dage.
- De fleste børn havde været i en legetøjsbutik indenfor en uges tid.



kidvertising.dk