

# Marken-Kinder

Studie  
2020



MARKENBEWERTUNG

MARKENRELEVANZ

MARKENKENNTNIS

WOW!

FOKUSTHEMA 2020:  
NACHHALTIGKEIT

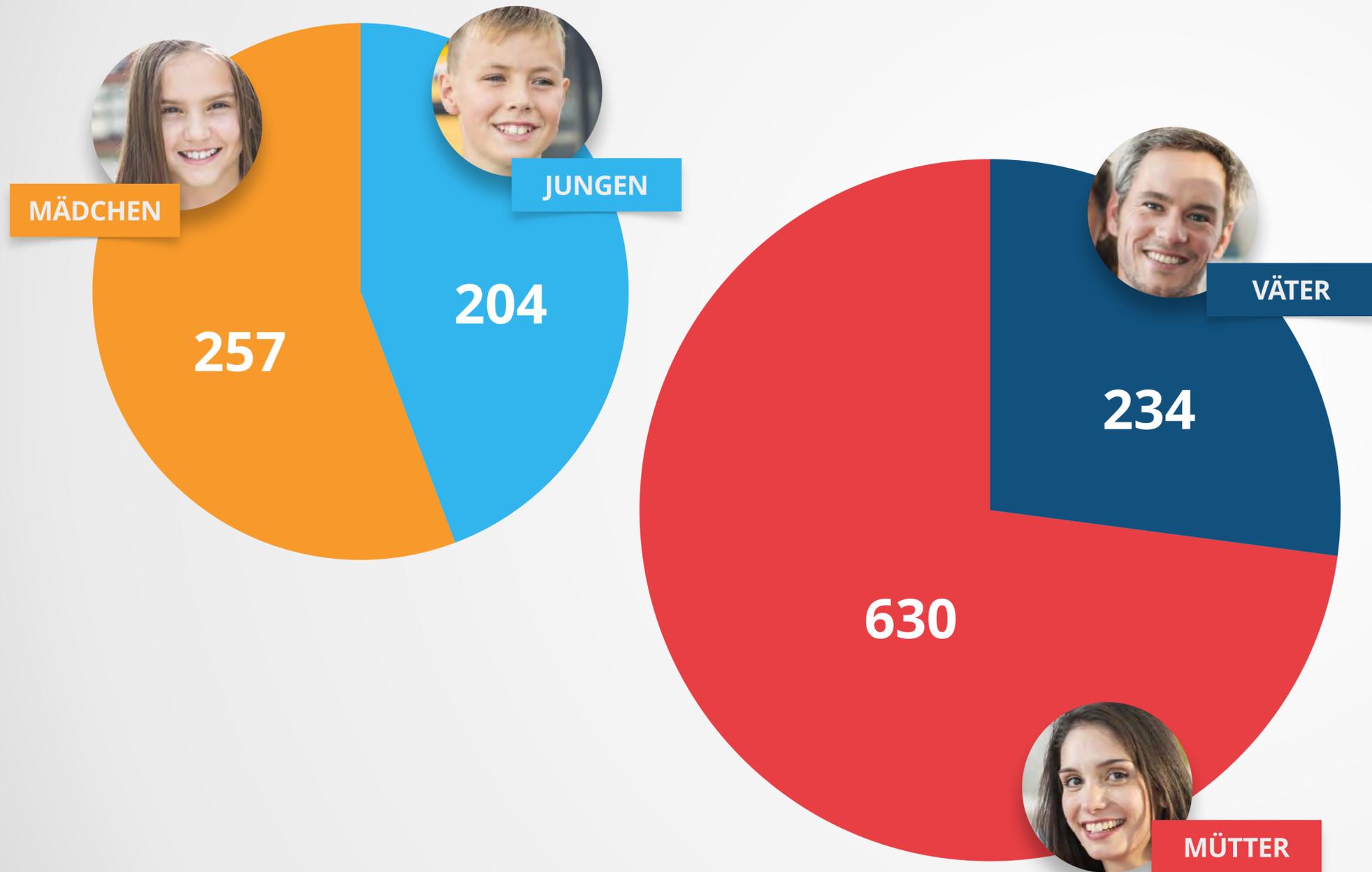


**FACT  
FAMILY**

Für Entscheider.

**KBB**  
FAMILY MARKETING EXPERTS

# Wer hat teilgenommen?



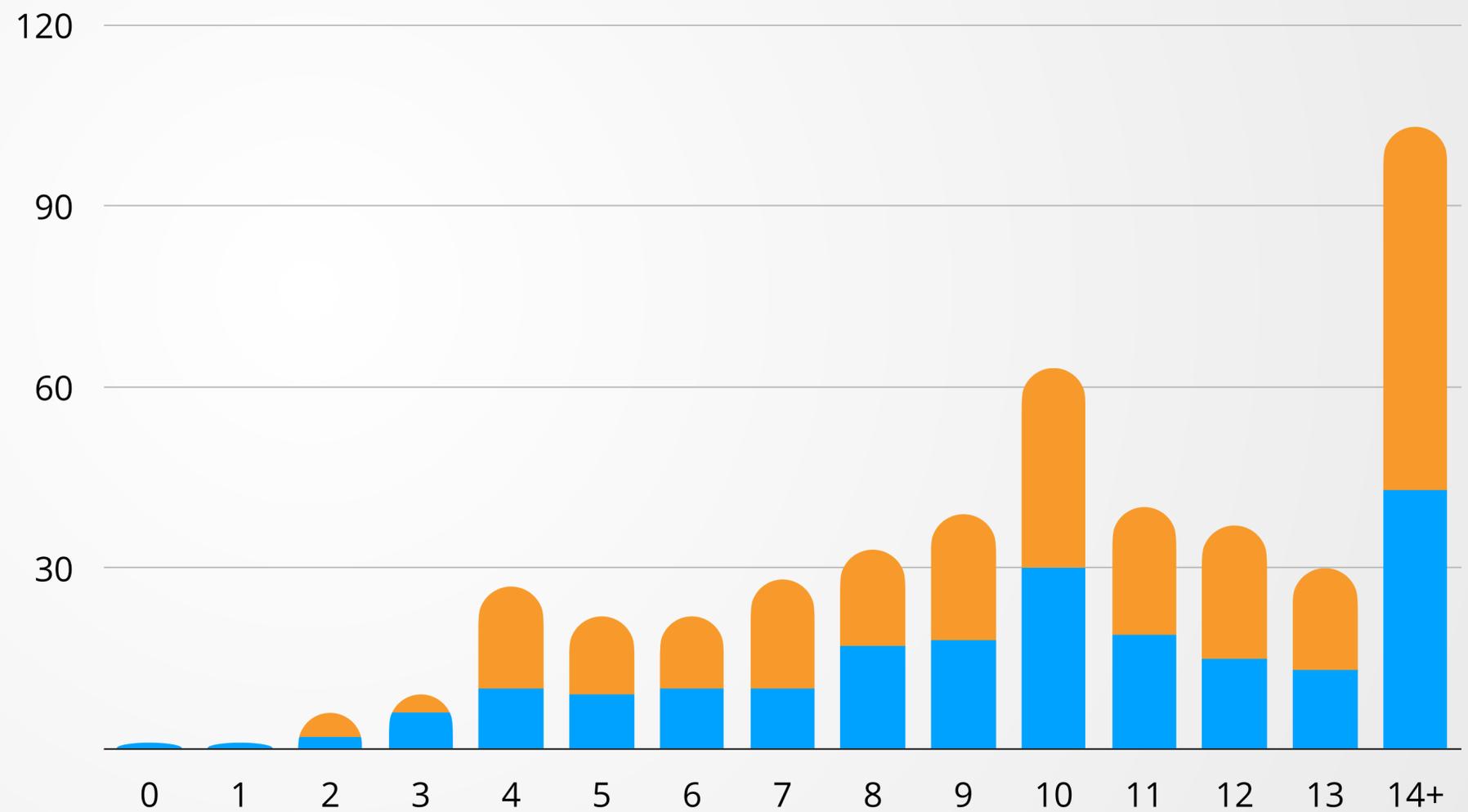
# Altersstruktur der befragten Kinder



MÄDCHEN



JUNGEN



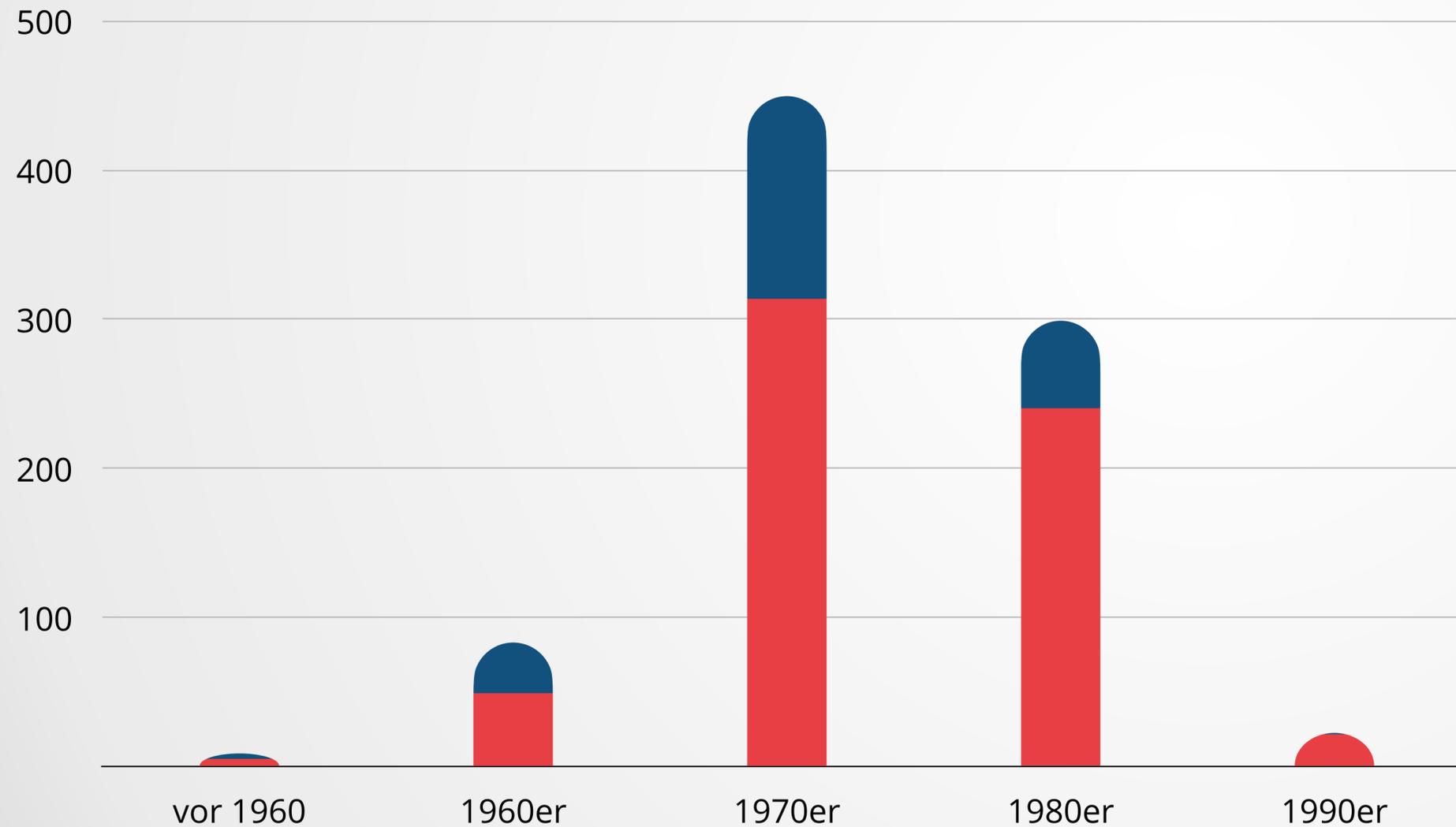
# Altersstruktur der befragten Eltern



VÄTER



MÜTTER



**WOW!**

# Wie wichtig sind dir Marken allgemein? (in Prozent)



MÄDCHEN



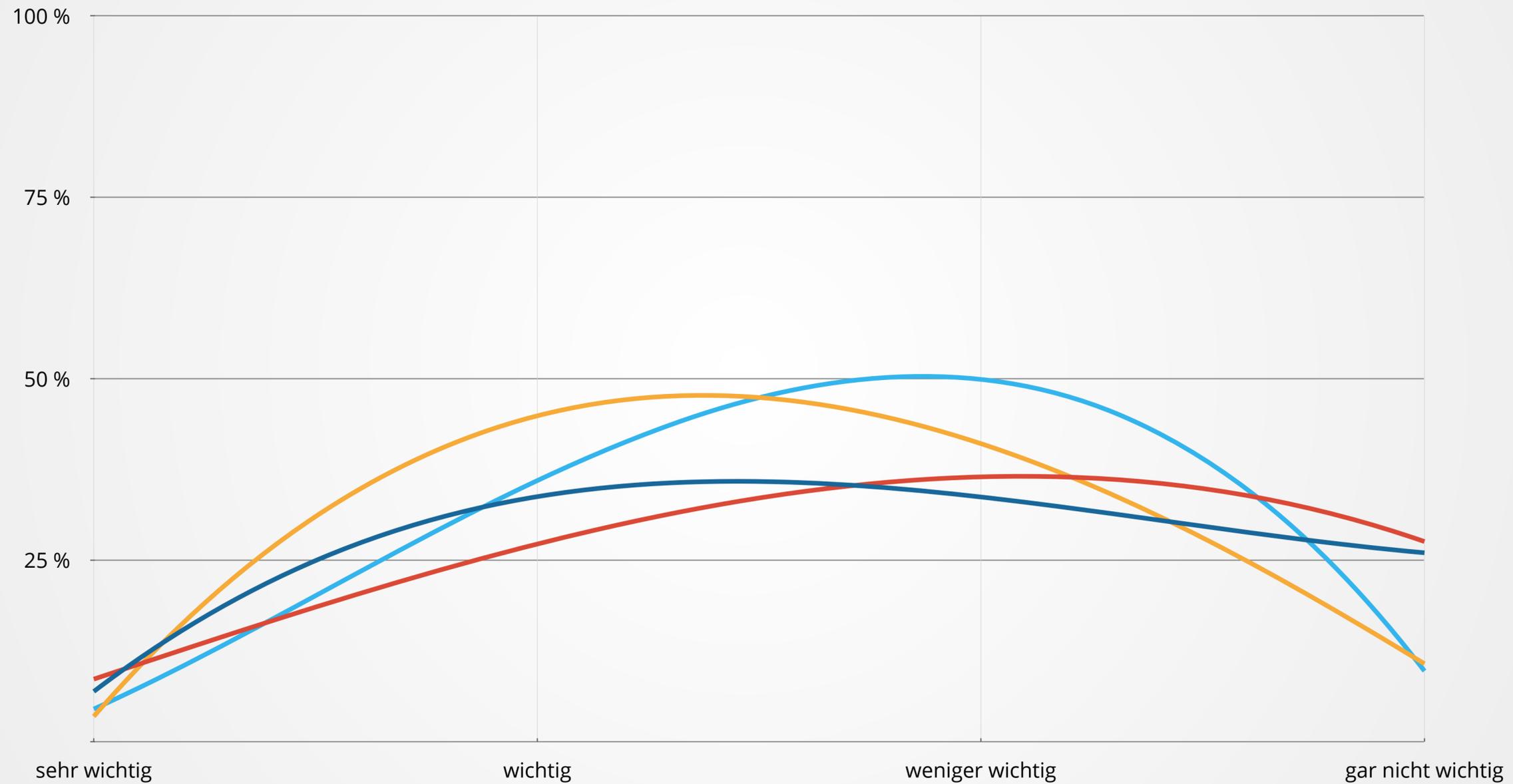
JUNGEN



VÄTER



MÜTTER





Bei welchen Kategorien von Produkten oder Dienstleistungen ist es dir besonders wichtig, dass diese von einer bestimmten Marke stammen?

2020

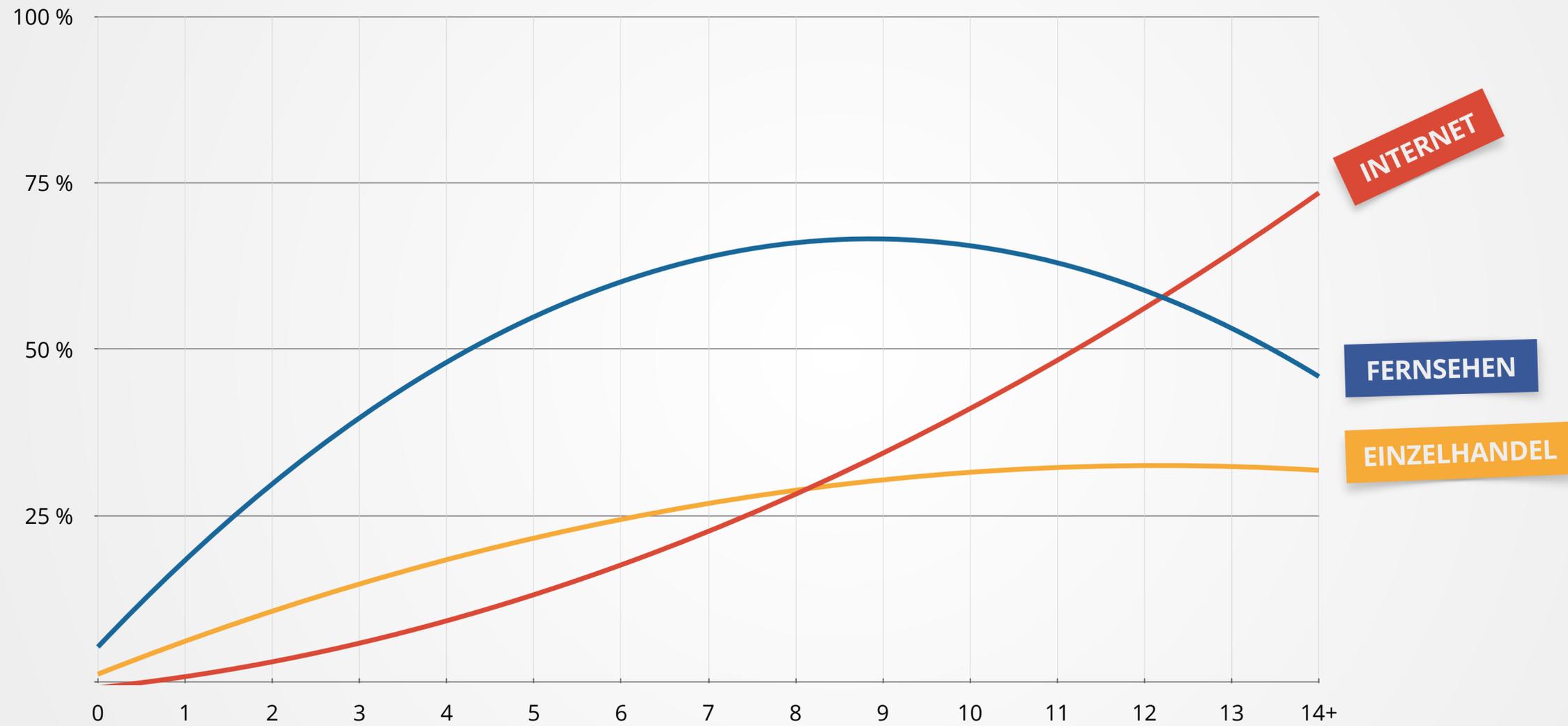


2019

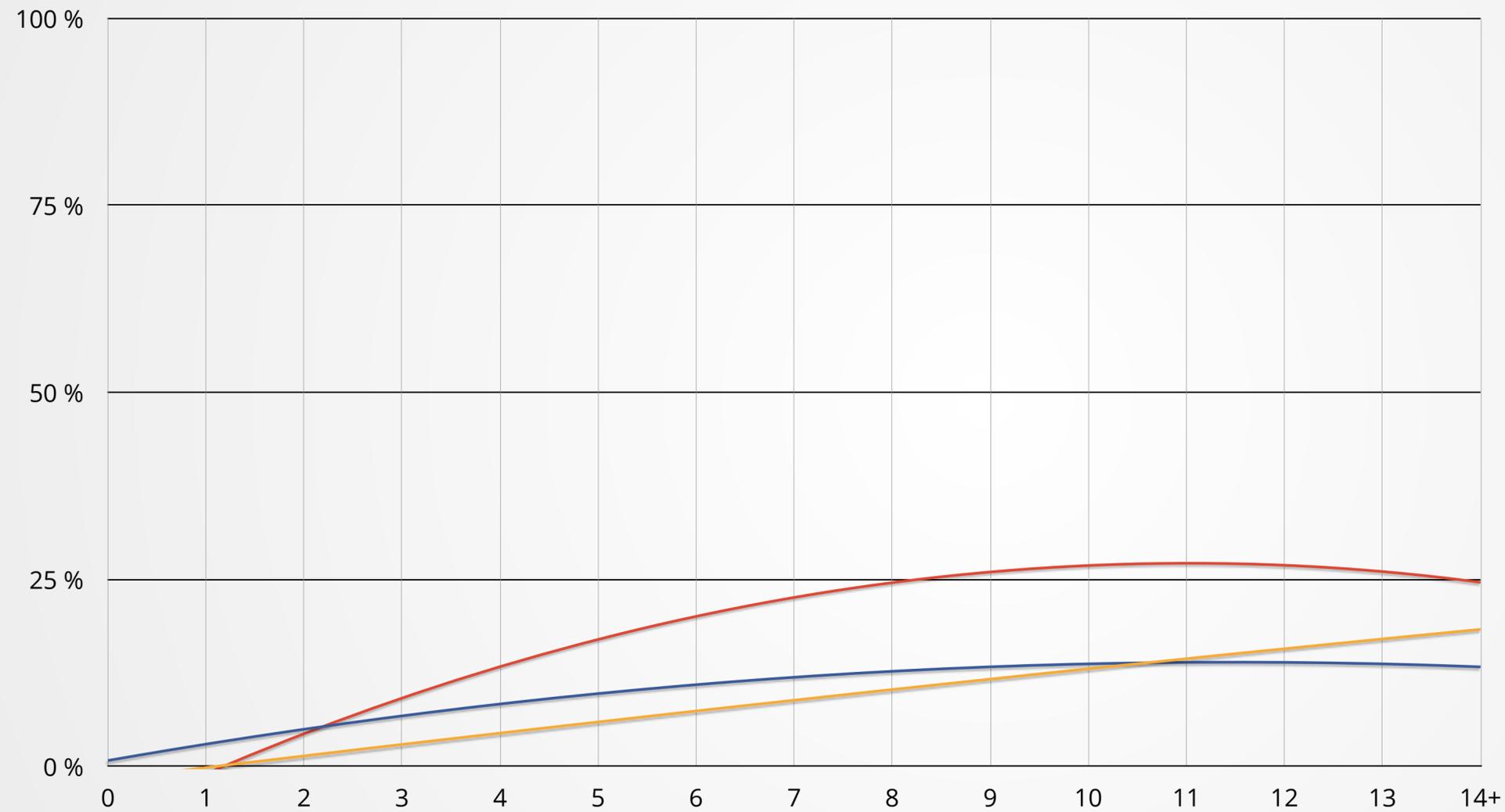




# Wo lernst du Marken kennen? (Kinder)

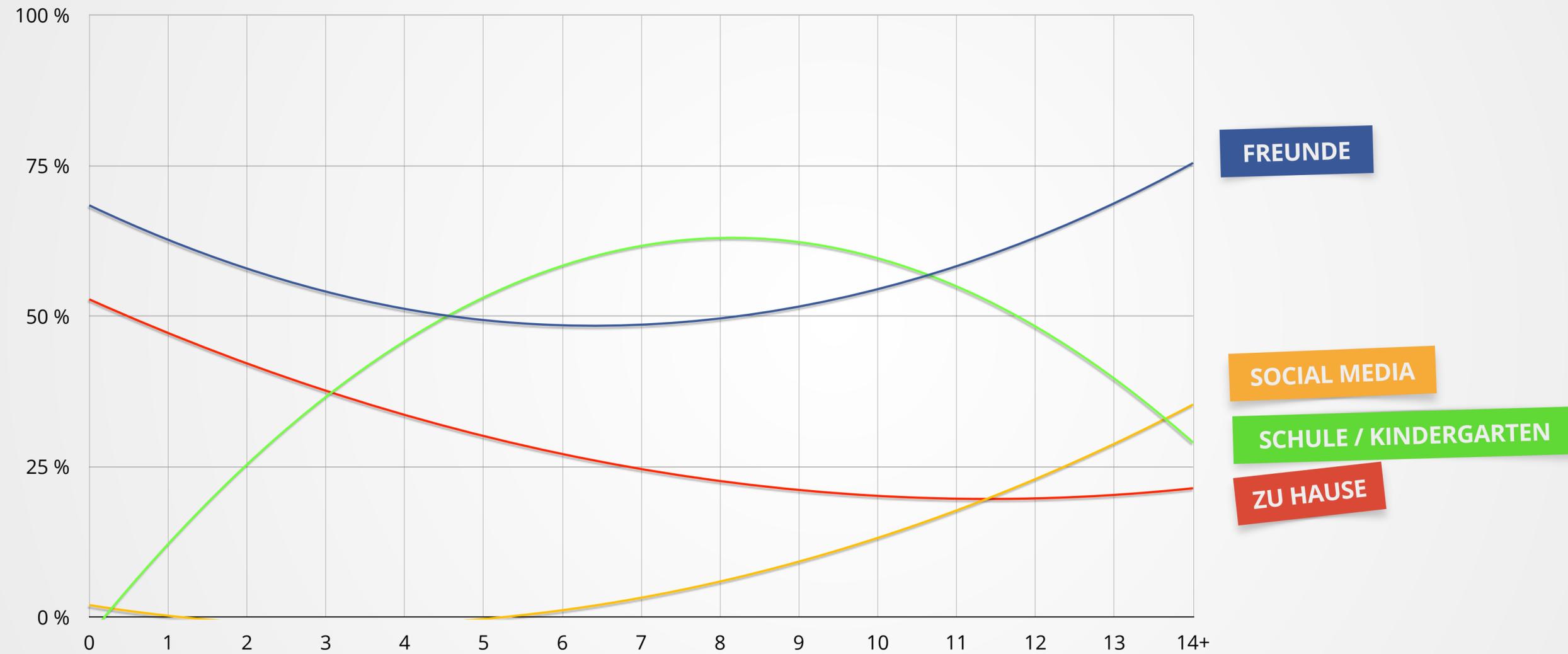


# Wo lernst du Marken kennen? (Kinder)

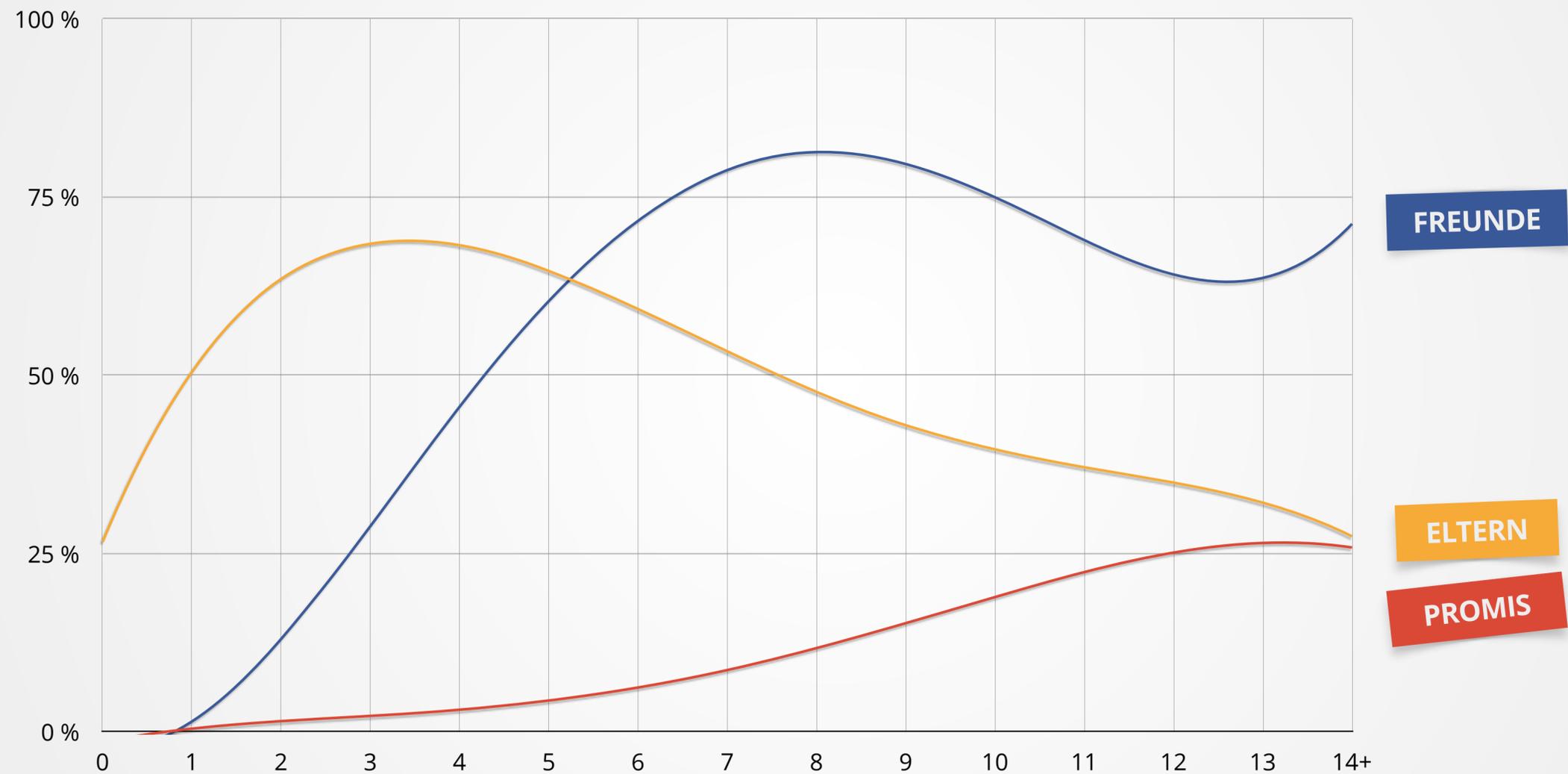


**ZEITUNG**  
**EINZELHANDEL**  
**AUSSENWERBUNG**

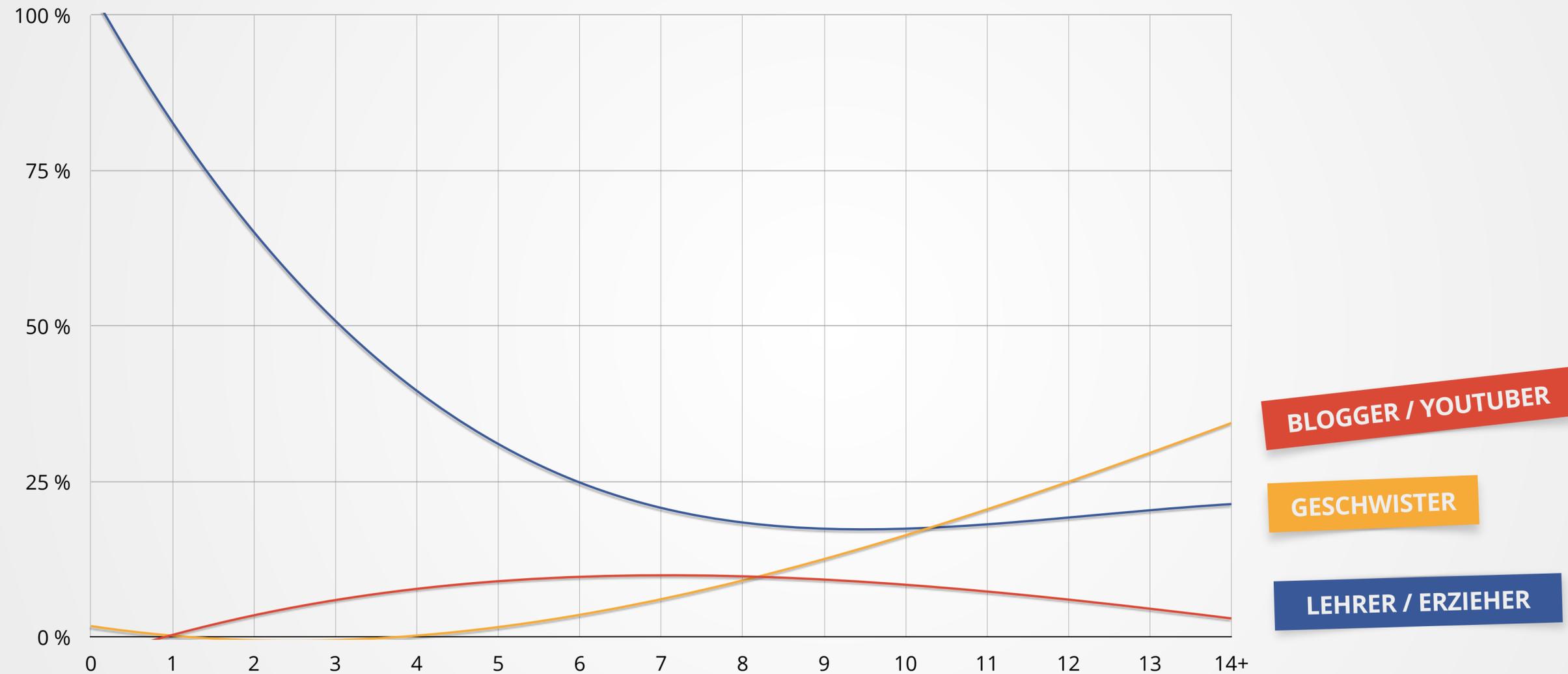
# Wo lernst du Marken kennen? (Kinder)



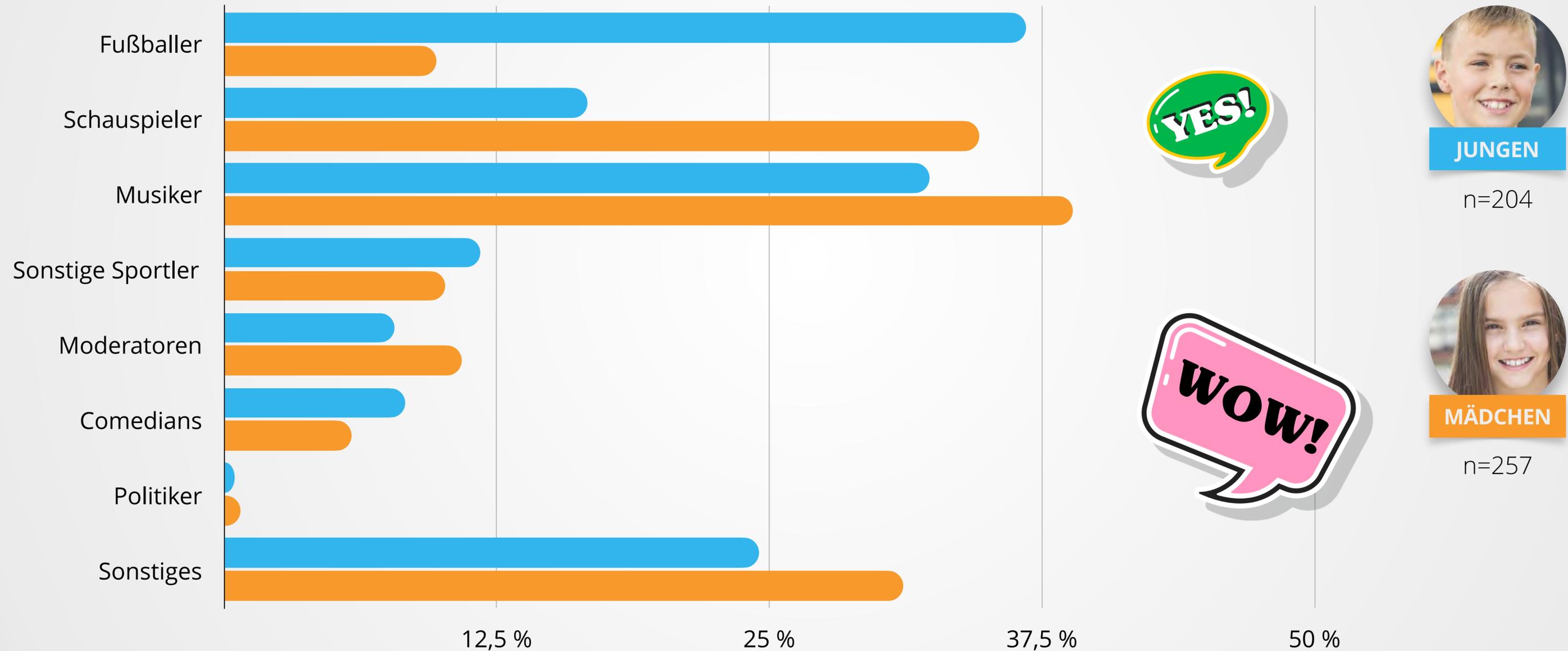
# Welche Personen haben Einfluss darauf, ob du eine Marke besonders gut findest? (Kinder)



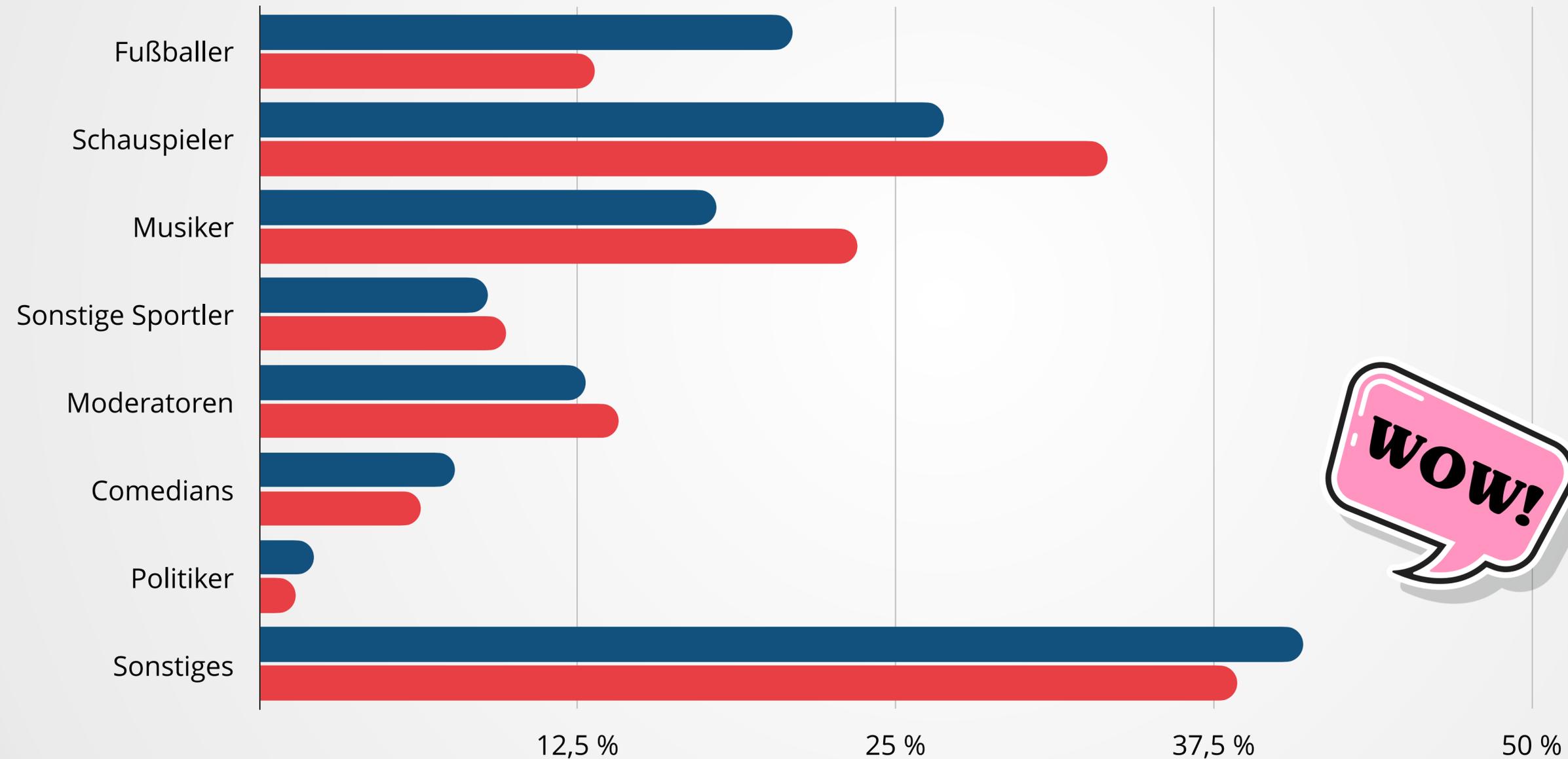
# Welche Personen haben Einfluss darauf, ob du eine Marke besonders gut findest? (Kinder)



# Was für Prominente/Stars haben einen besonders großen Einfluss auf deine Wahrnehmung von Marken?



# Was für Prominente/Stars haben einen besonders großen Einfluss auf deine Wahrnehmung von Marken?



VÄTER



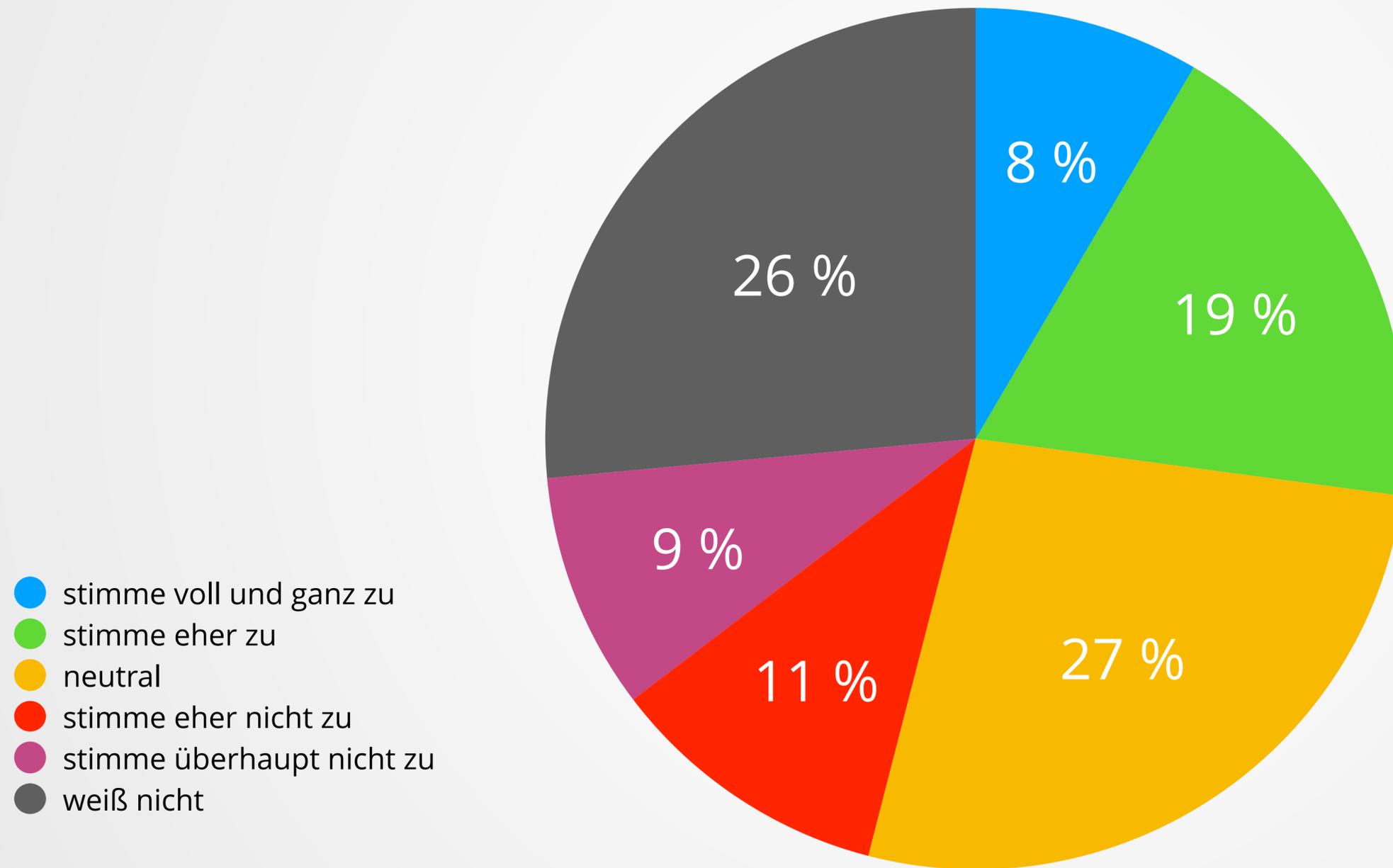
MÜTTER



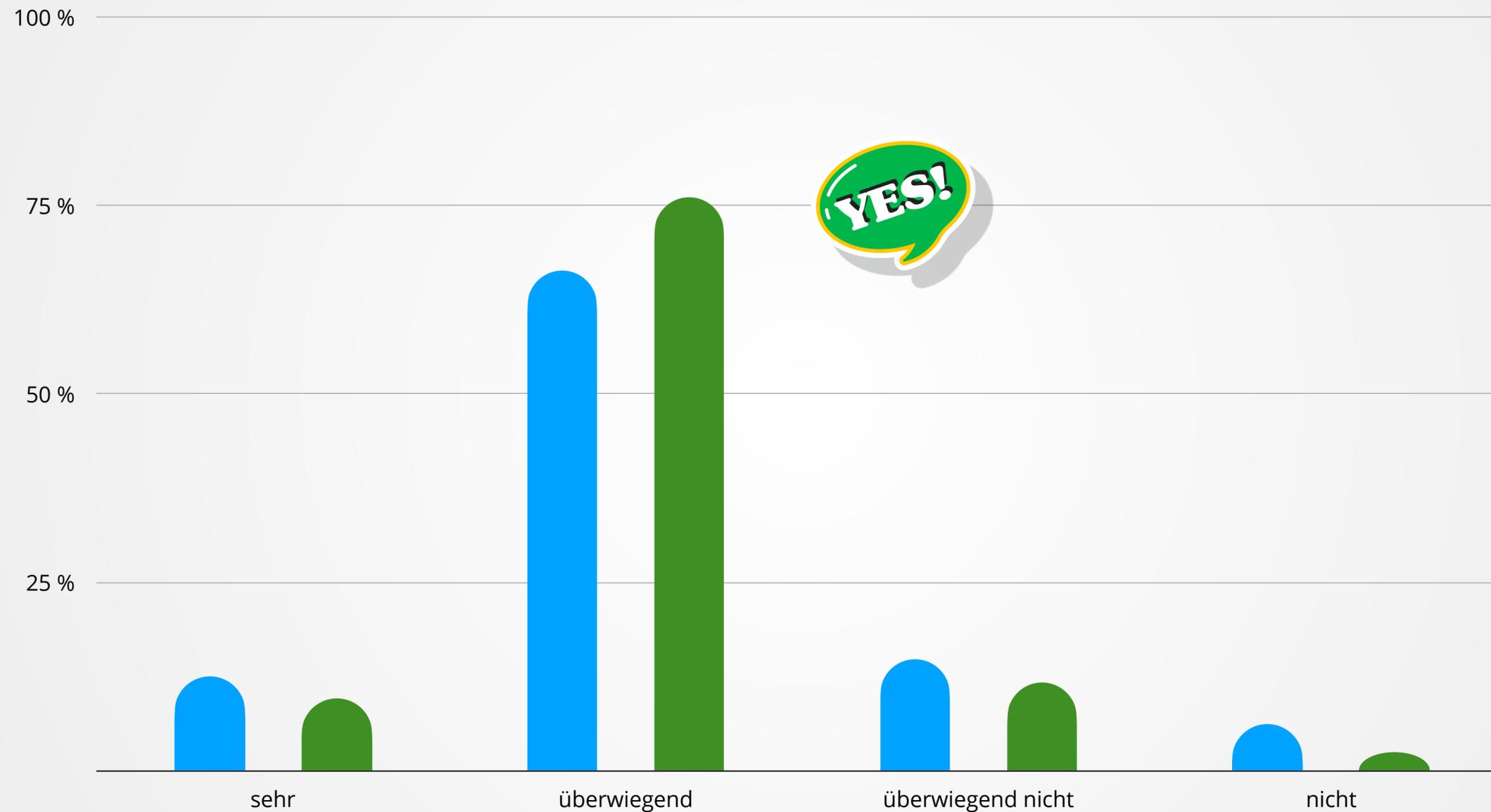
# Teil II: Nachhaltigkeit



Wie sehr stimmst Du den folgenden Aussagen zu?  
Coole Marken tun auch gleichzeitig was für den Umwelt- und Klimaschutz.

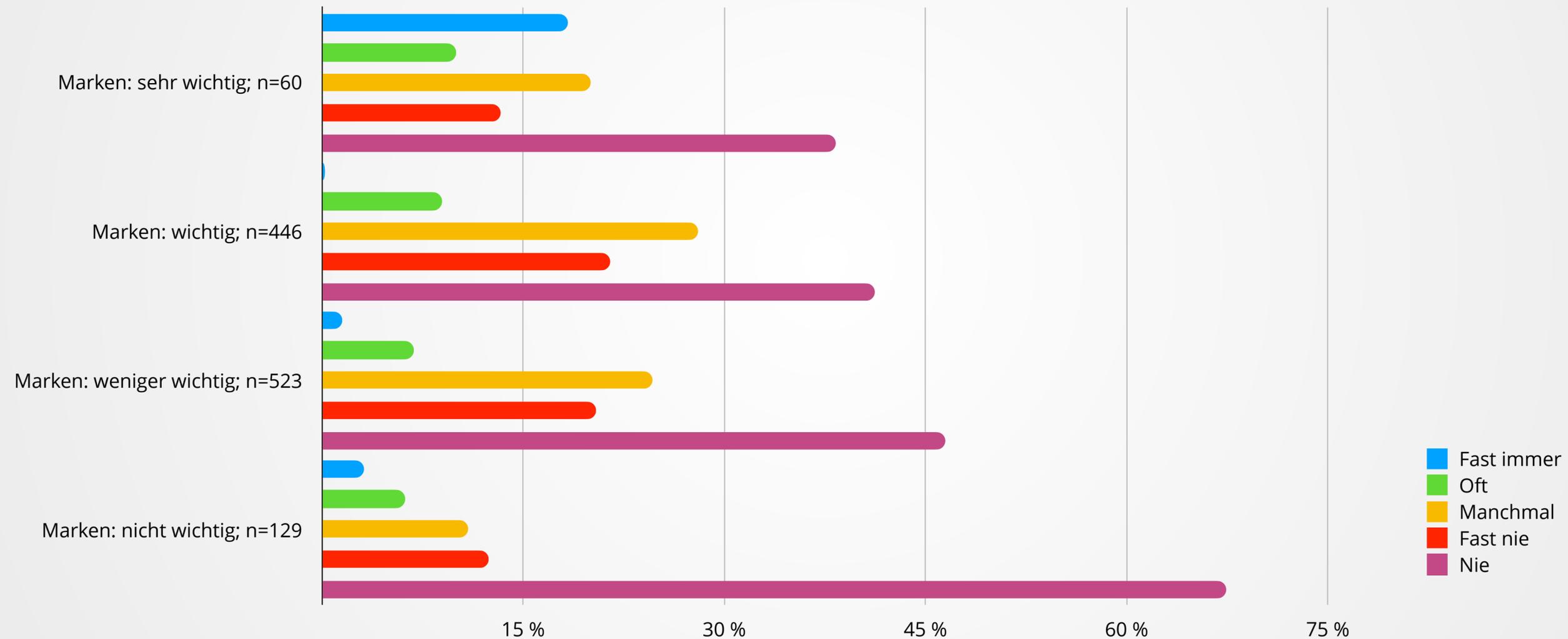


# Mal ganz allgemein: Würdest du dich selbst als umweltfreundlich einschätzen?



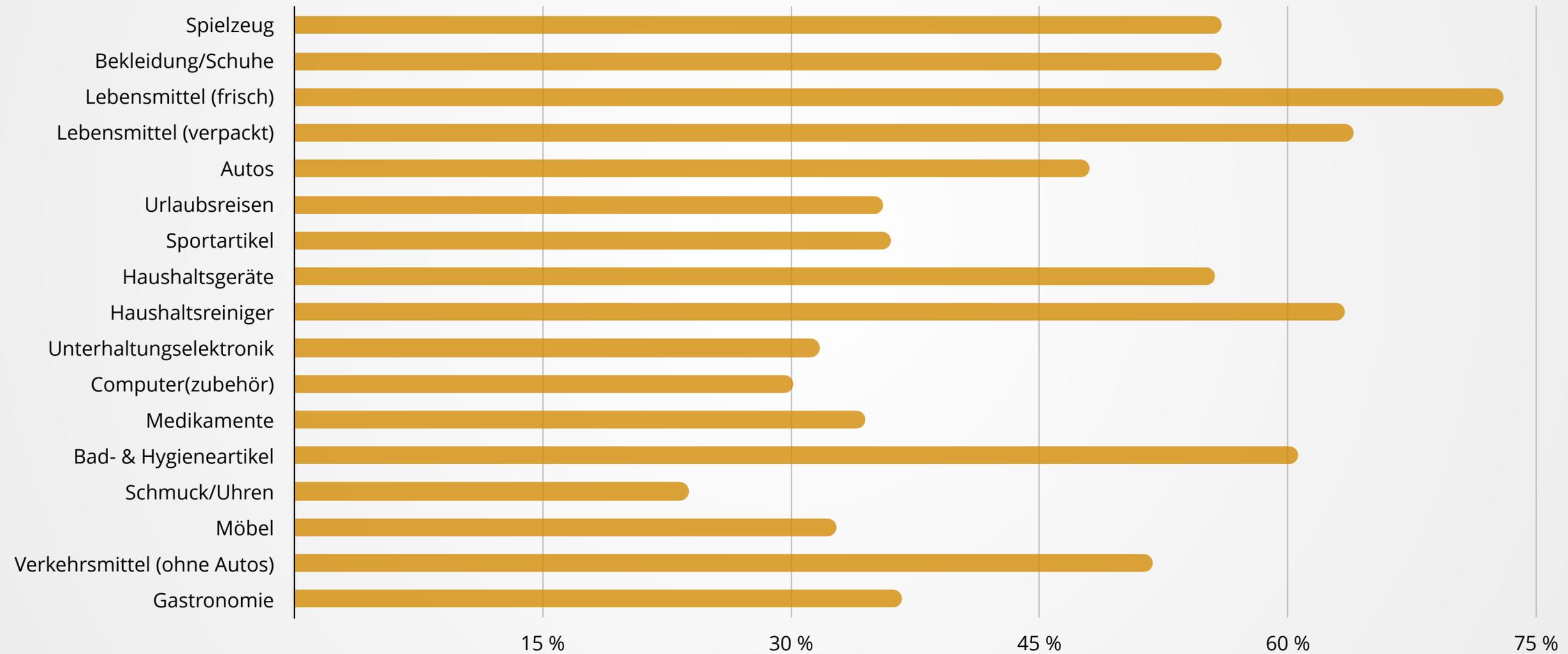
# Wie häufig hat die „Fridays For Future“ Bewegung deine Kaufentscheidungen bislang beeinflusst?

(Kategorisiert nach der Wichtigkeit von Marken, Eltern & Kinder)



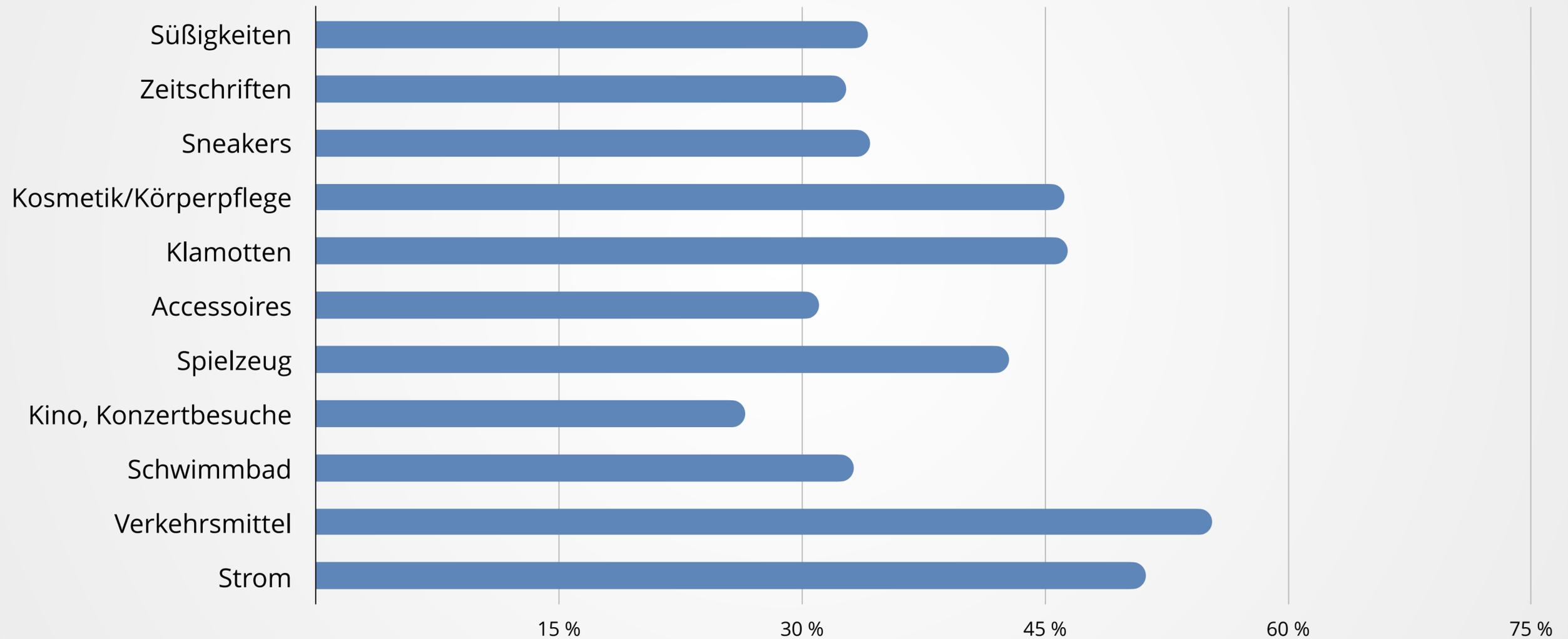
# Bei welchen Marken ist es dir besonders wichtig, dass sie umweltfreundlich bzw. klimafreundlich sind? (top boxes)

(Eltern; n=864)

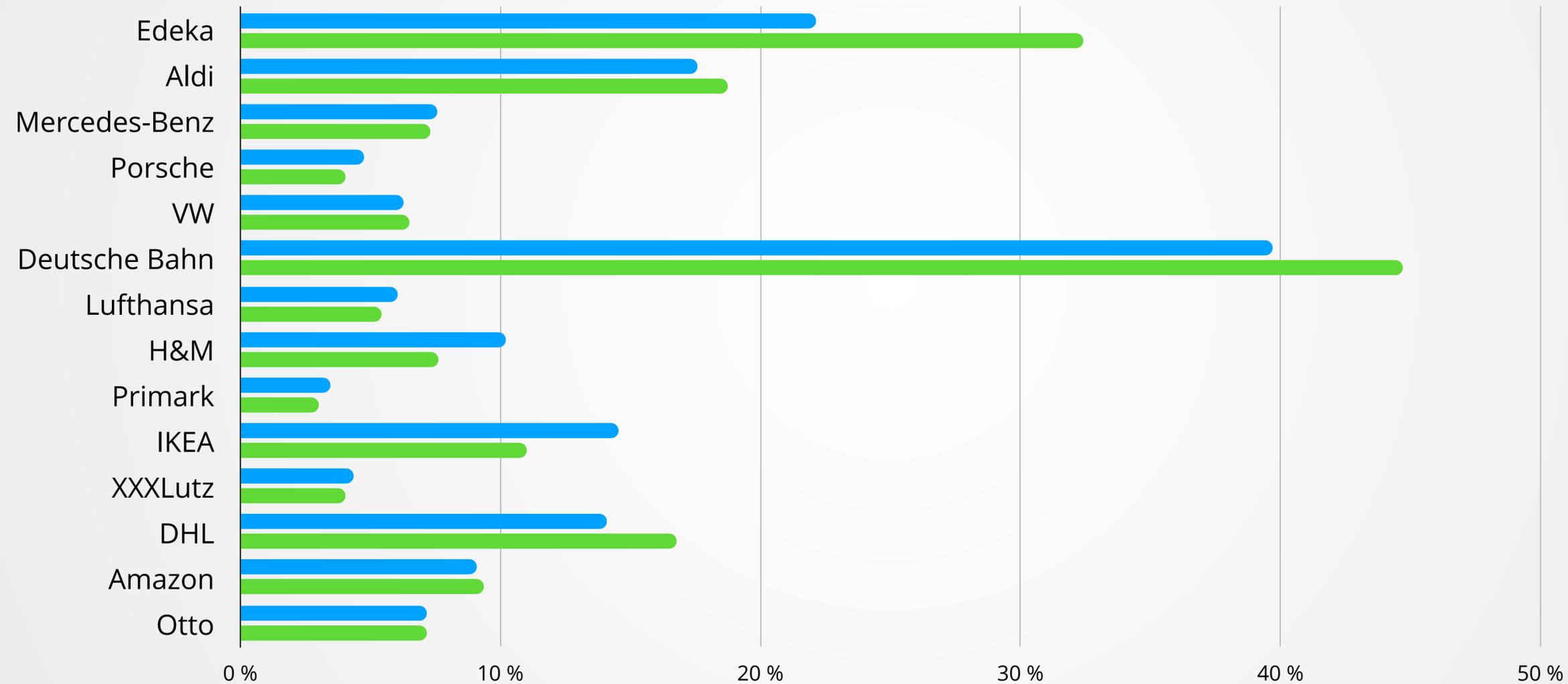


# Bei welchen Produkten oder Dienstleistungen ist es dir besonders wichtig, dass sie besonders umweltfreundlich oder klimafreundlich sind? (top boxes)

(Kinder; n=461)

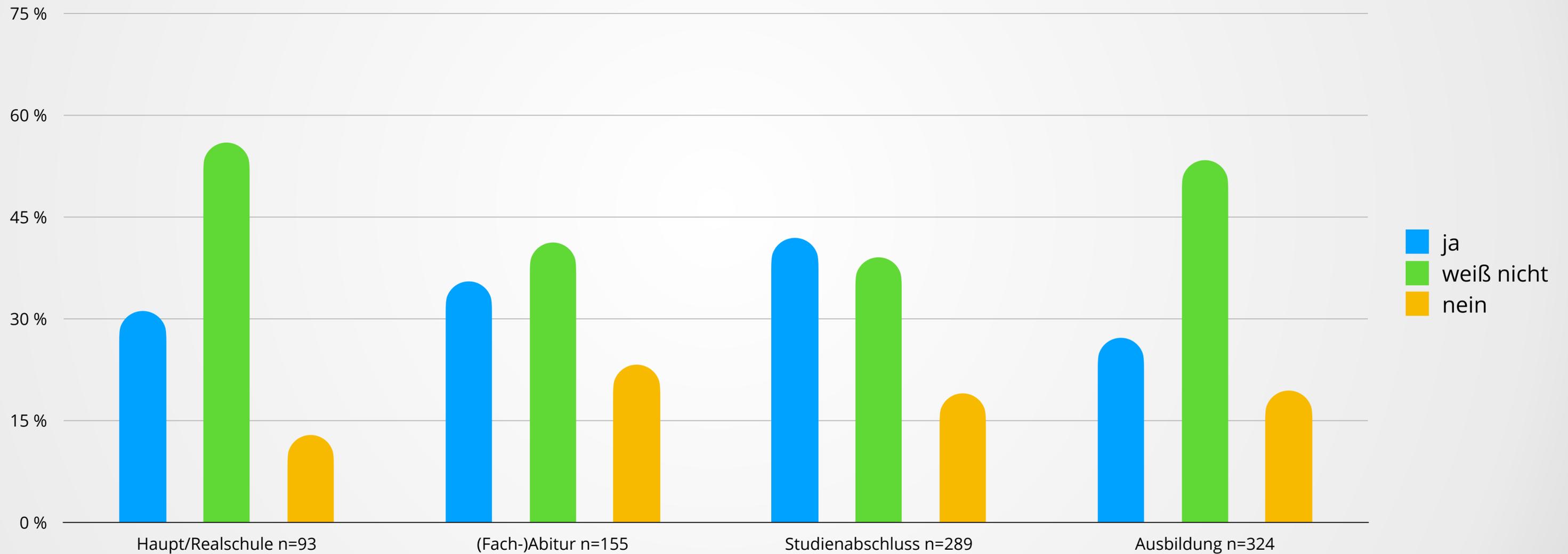


# Welche Marken schätzt du als umweltfreundlich ein? (top boxes)



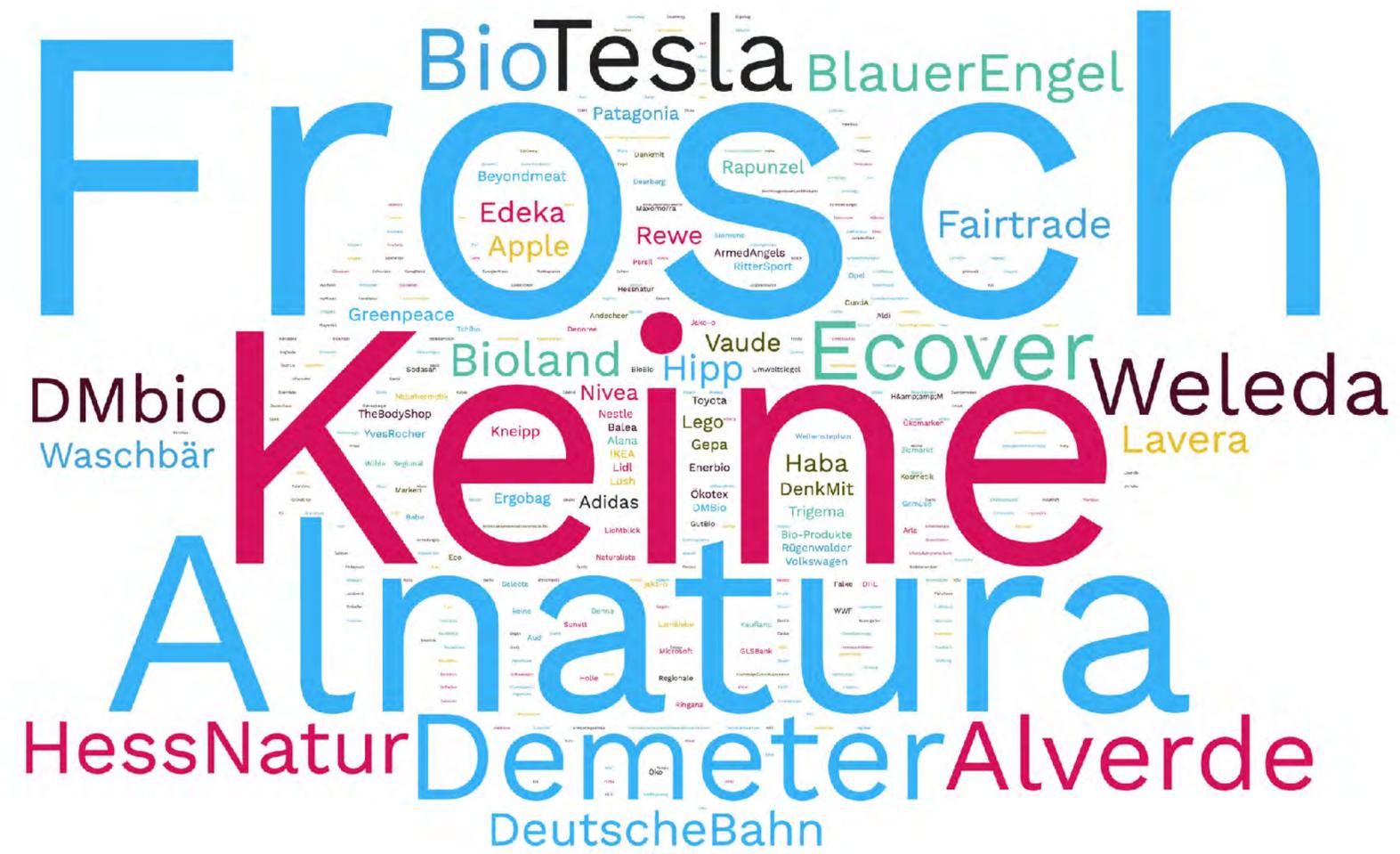
# Hast du deinen Kindern schon mal geraten, sich anders zu verhalten, weil eine Marke, die sie gekauft oder genutzt haben, nicht umwelt- bzw. klimafreundlich ist?

(Eltern, kategorisiert nach höchstem Schulabschluss)



HIER STEHT SPÄTER EIN ZITAT

Bitte nenne alle Marken, die Du als besonders umweltfreundlich bzw. klimafreundlich einschätzt. (Eltern)





Bitte nenne alle Marken, die Du als wenig bis gar nicht umweltfreundlich bzw. klimafreundlich einschätzt. (Eltern)



HIER STEHT SPÄTER EIN ZITAT

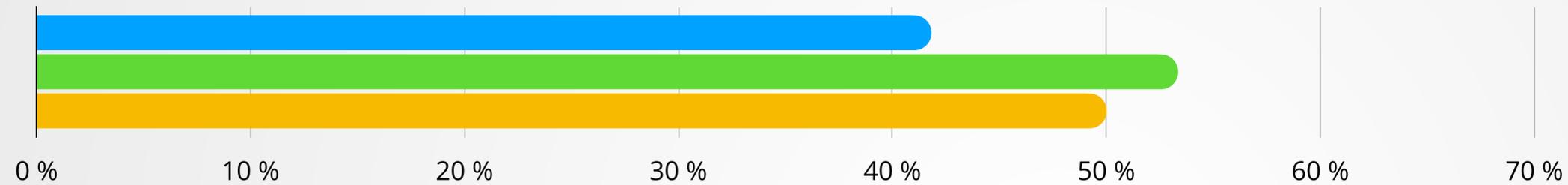
Bitte nenne alle Marken, die Du als wenig bis gar nicht umweltfreundlich bzw. klimafreundlich einschätzt. (Kinder)



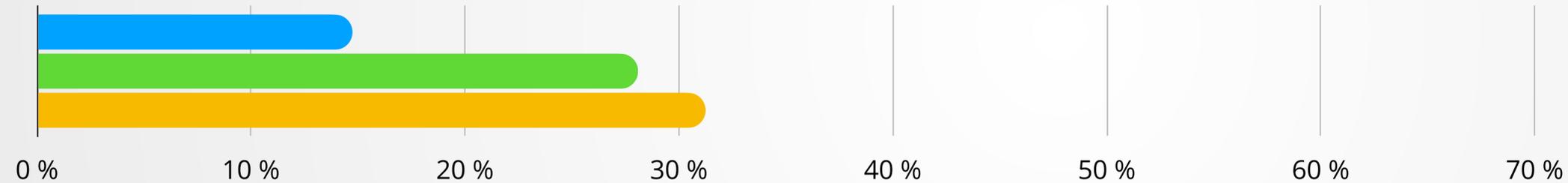
HIER STEHT SPÄTER EIN ZITAT

# Wie sehr stimmst du den folgenden Aussagen zu? (top boxes)

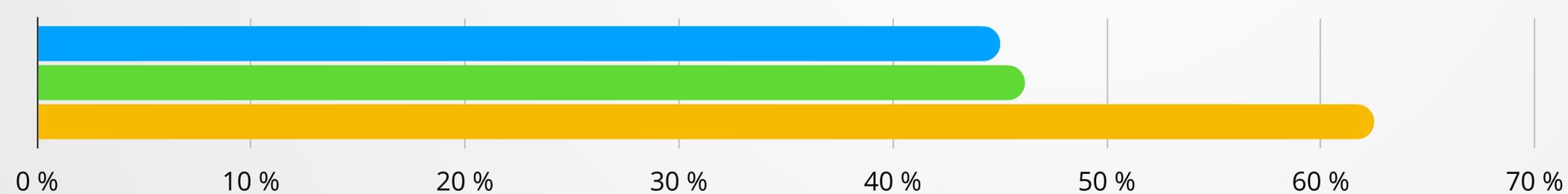
Es fällt mir sehr schwer, umwelt- und klimafreundliche Produkte von denen zu unterscheiden, die nicht umwelt- und klimafreundlich sind



Umwelt- und Klimafreundlichkeit sind Modethemen. Die Popularität der Themen wird auch wieder abnehmen.



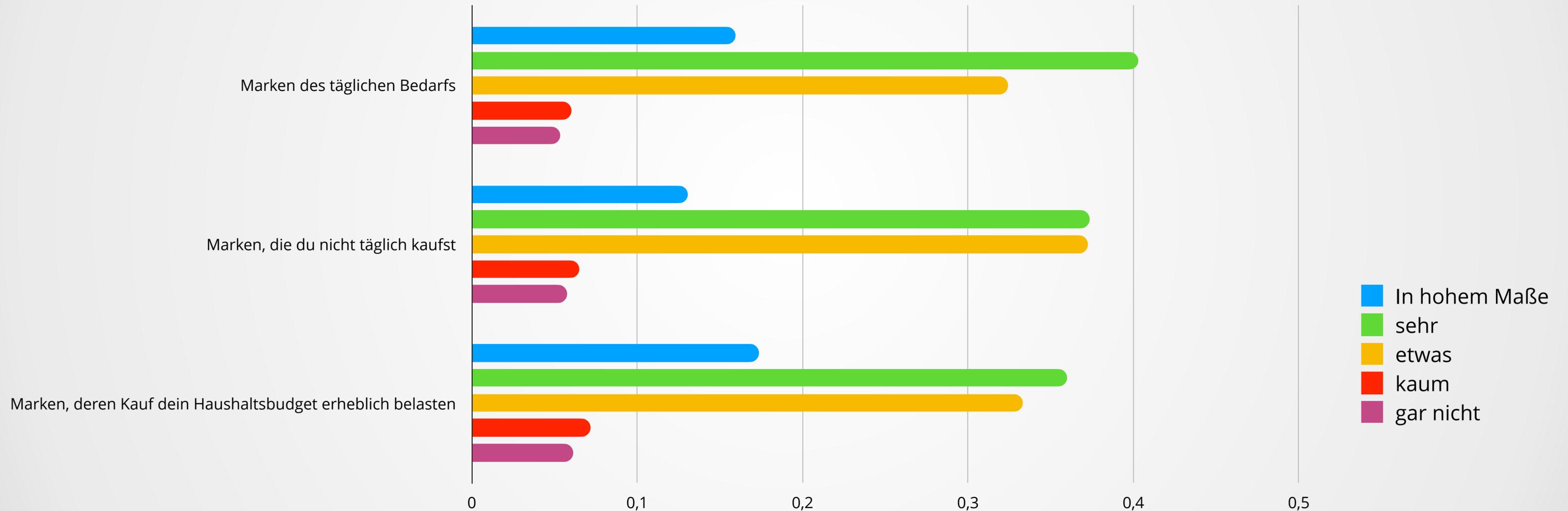
Ich kann durch mein Verhalten die Haltung von Marken in Bezug auf umwelt- und klimafreundliches Verhalten beeinflussen.



- Kinder 0-10 n=251
- Kinder 11-14 n=210
- Eltern n=864

HIER STEHT SPÄTER EIN ZITAT

# Wie sehr erwartest du von Marken, dass sie auch öffentlich eine klare Position zu den Themen wie Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Umweltverträglichkeit einnehmen? (top boxes) (Eltern)



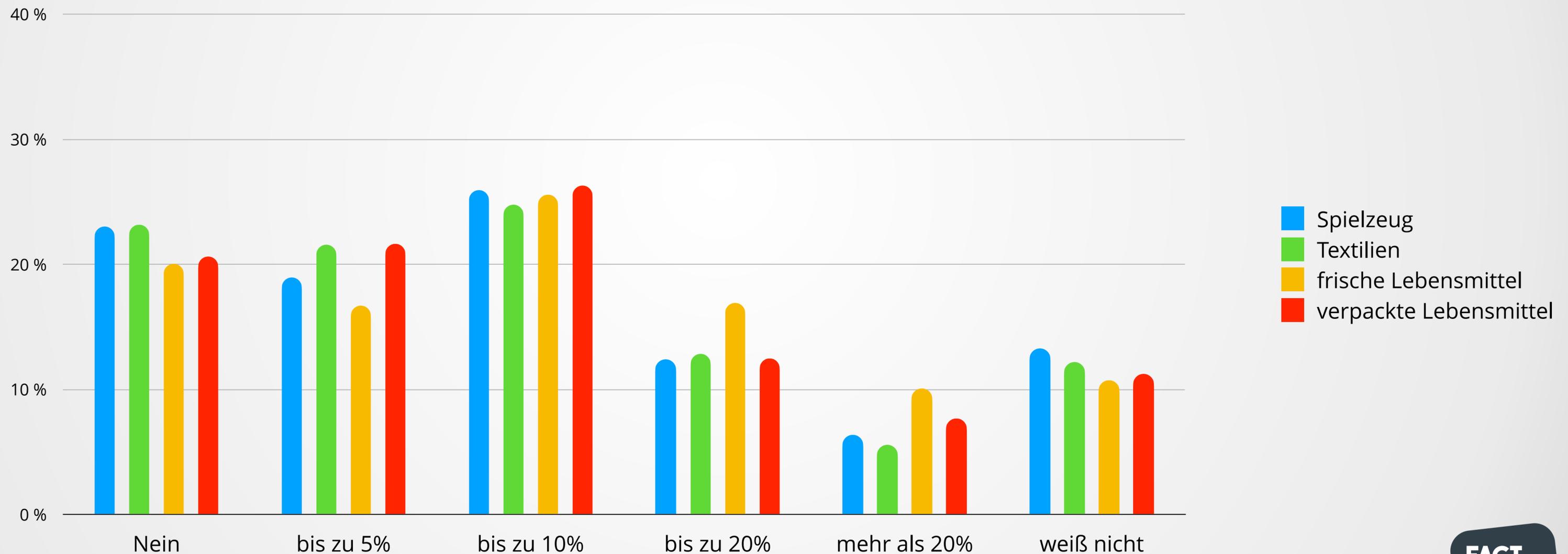
HIER STEHT SPÄTER EIN ZITAT



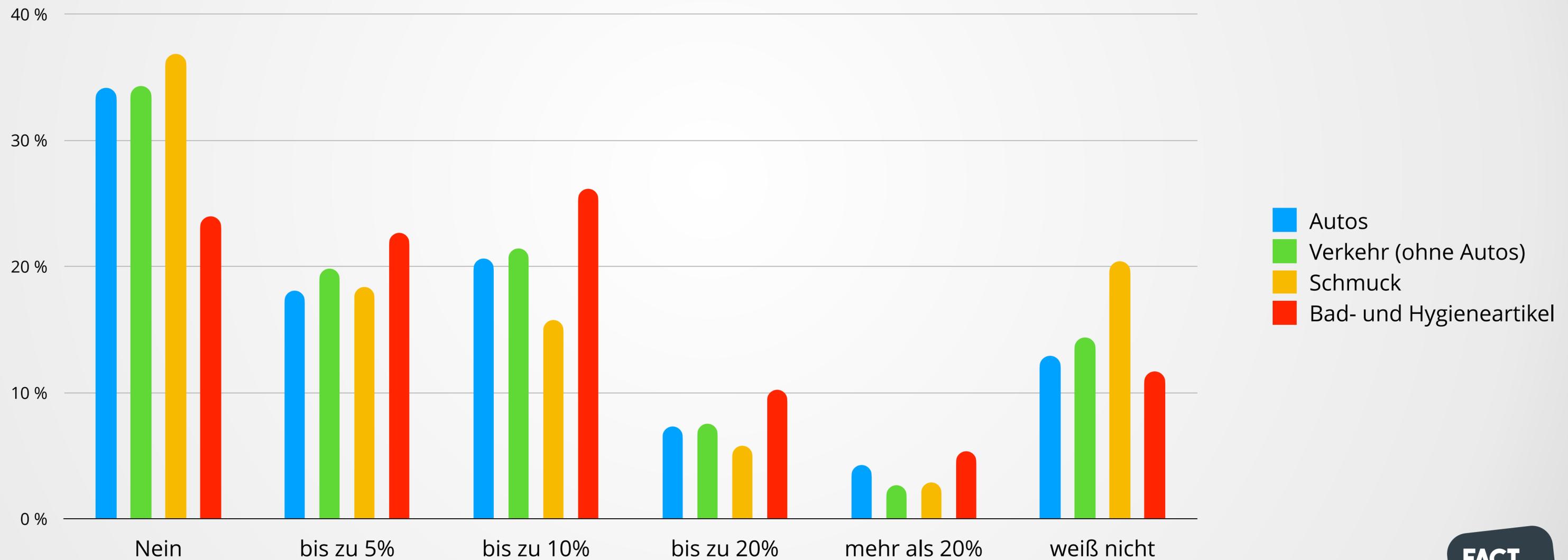
An welche Werbung von Marken kannst du dich erinnern, die die Umwelt- und/oder Klimafreundlichkeit zum Gegenstand hatte?  
Bitte nenne alle Marken, deren Werbung zur Umwelt- und/oder Klimafreundlichkeit dir in Erinnerung geblieben ist. (Kinder)



Bist du bereit, für Marken/Produkte, die einen zusätzlichen Umwelt- und/oder Klimaschutz-Nutzen bieten, mehr auszugeben, als für Produkte, die bei ansonsten gleicher Leistung/gleichen Eigenschaften keinen solchen Nutzen bieten? (Eltern)



Bist du bereit, für Marken/Produkte, die einen zusätzlichen Umwelt- und/oder Klimaschutz-Nutzen bieten, mehr auszugeben, als für Produkte, die bei ansonsten gleicher Leistung/gleichen Eigenschaften keinen solchen Nutzen bieten? (Eltern)



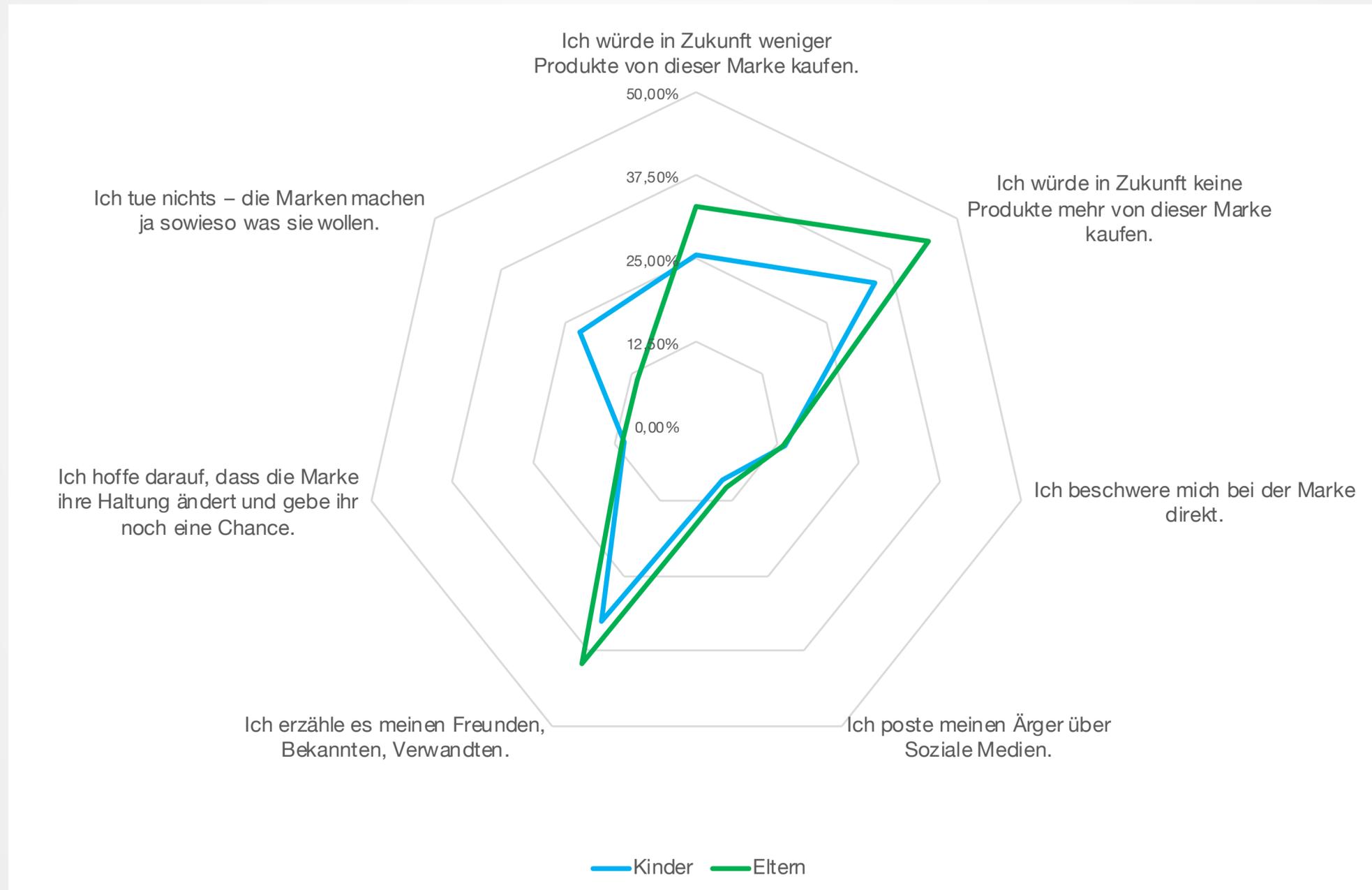
# Von welchen Marken hast du dich in Sachen Umwelt- und Klimaschutz getäuscht gefühlt? (Eltern)



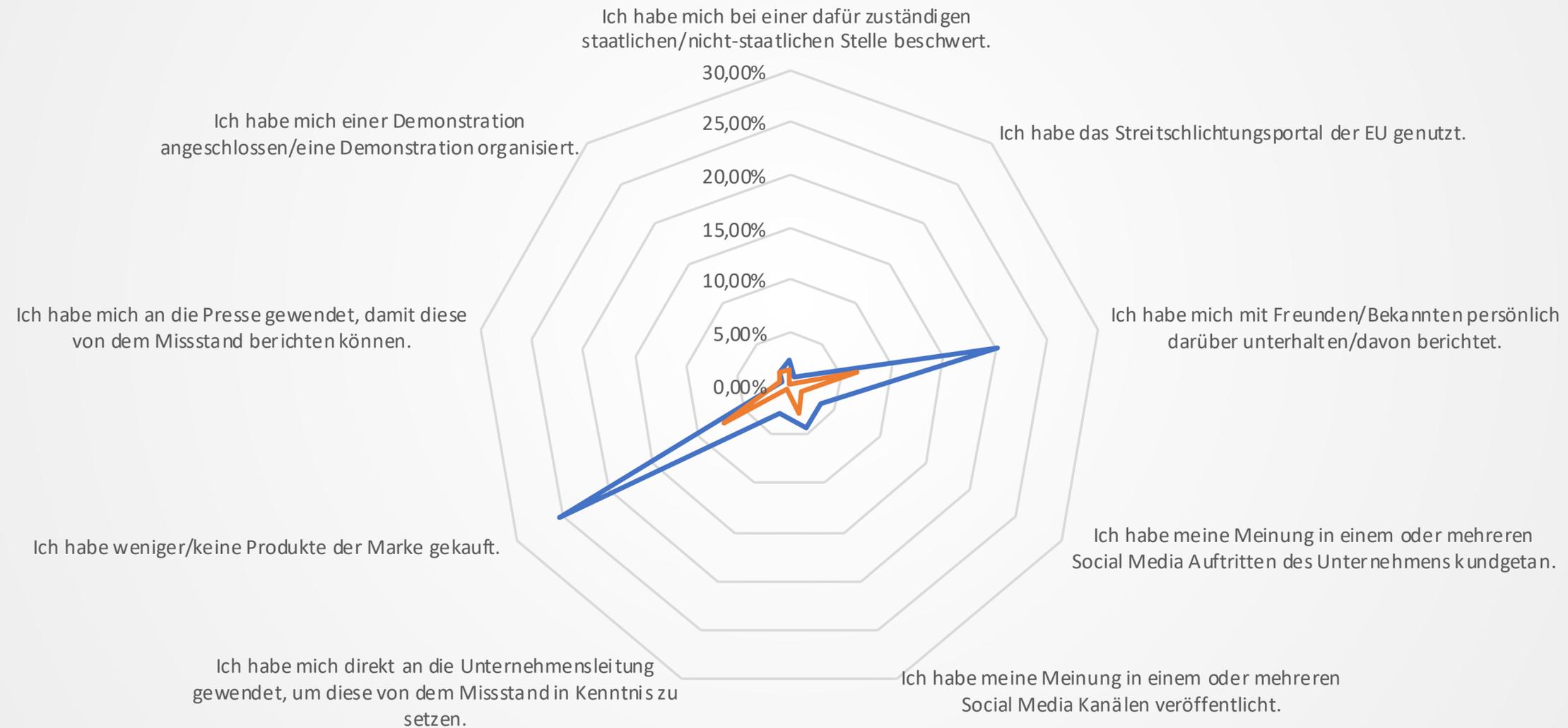
HIER STEHT SPÄTER EIN ZITAT



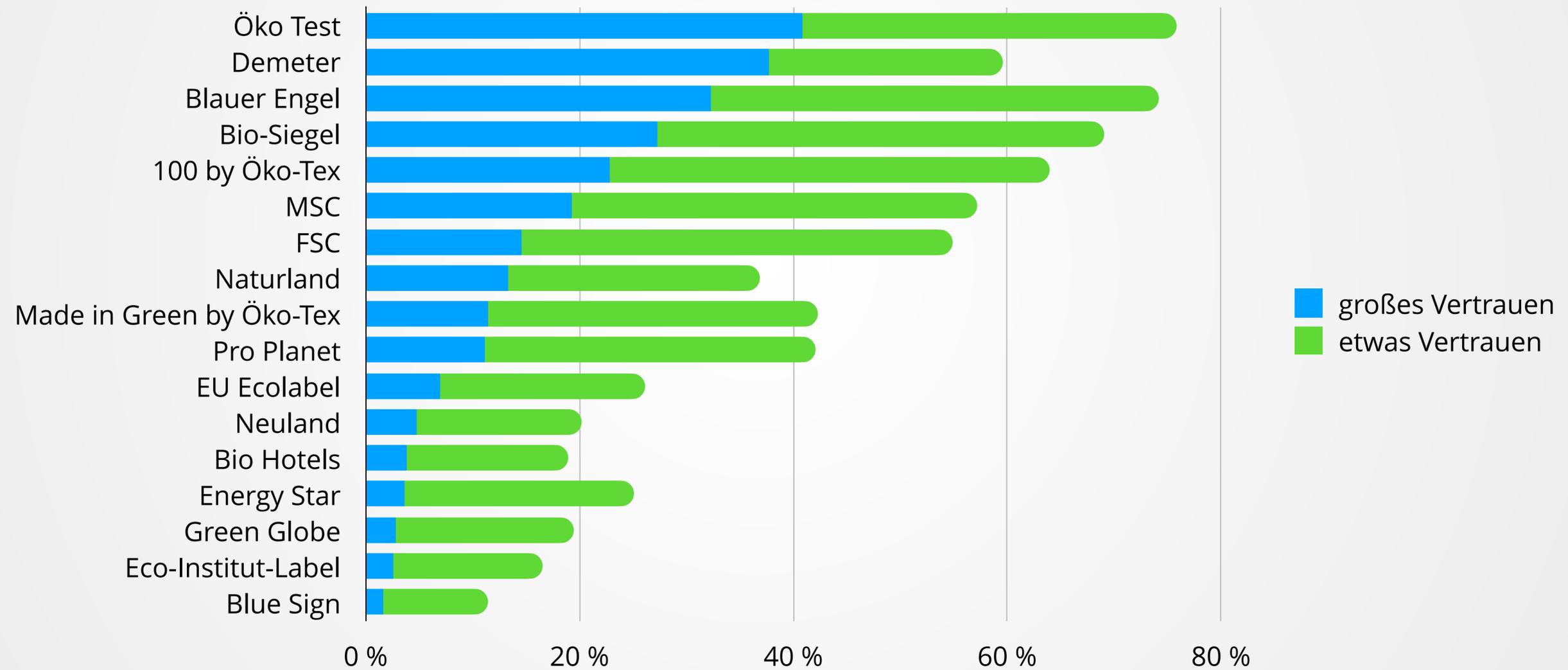
Mal angenommen, eine Marke tut so, als ob sie umwelt- und klimafreundlich wäre und es stellt sich später heraus, dass sie es gar nicht ist. Wie würdest du reagieren? (Mehrfachantworten möglich)



# Welche Maßnahmen hast du in der Vergangenheit bereits ergriffen, wenn du dich hinsichtlich Umwelt- und Klimaschutzaspekten von einer Marke getäuscht gesehen hast?



# Wie groß ist dein Vertrauen in die folgenden "Umweltsiegel", die eine besondere Umweltverträglichkeit des Produktes anzeigen sollen? (Top Boxes, Eltern)



# Das Online- Befragungstool für den Kinder- und Familienmarkt.



Data-driven Marketing for kids & families

# Das Online-Befragungstool für den Kinder- und Familienmarkt.

Generieren Sie wertvolle Zielgruppen-Insights und sichern Sie Ihre strategischen und operativen Marketing-Entscheidungen ab.



Schnell

# Antworten schon nach 24 Stunden, von über 30.000 registrierten Usern.

Ideen und Entscheidungen in kürzester Zeit  
validieren.



Datenqualität

# Wir behandeln die Mitglieder unseres Panels genau so sorgsam wie Sie Ihre Kunden.

Hohe Datenqualität durch kontinuierliches Panelmanagement.



Datenqualität

# Weil Familie nicht gleich Familie ist.

Befragungen durch genaue Zielgruppenselektion anhand verschiedener Kriterien.



Passgenau

# Anwendung aller Befragungsmethoden alters- und kindgerecht möglich - bis zum Upload von Alltags-Videos.

Auswahl des richtigen Befragungsinstrumentariums für Ihre Fragestellung.



Für Entscheider.

Kosteneffizienz

# Schneller und günstiger als face-to-face-Befragungen.

Befragungen nach Maßgabe Ihres Budgets und Timings.



Für Entscheider.

Service

# Modularer Service: Von der Konzeption über Datenerhebung bis hin zur strategischen Empfehlung.

Wir unterstützen Sie - ganz nach Wunsch - in jeder Phase Ihres Marktforschungsprojektes.



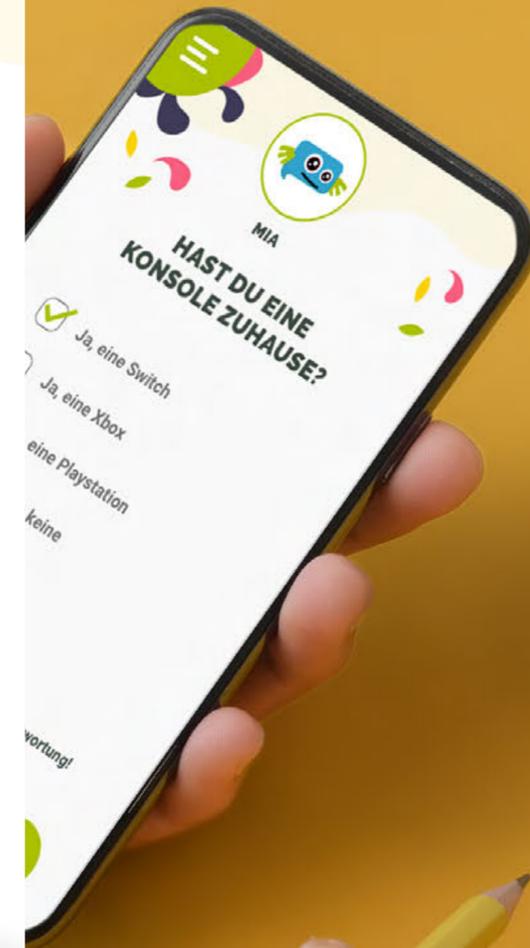
Direkt

# Erhebung von Daten direkt bei Kauf oder bei der Nutzung.

Wertvolle Consumer-Daten zum Produkt-Kauf  
oder -Nutzung in kürzester Zeit.



EXKLUSIV



# Die richtige Marktforschungsstrategie für Ihre Fragestellung.

Quantitativ, qualitativ, während der Produktnutzung.





Sie wollen  
mehr  
wissen oder  
haben  
eigene  
Fragen?

**FACT  
FAMILY**

Für Entscheider.

**K B & B**  
FAMILY MARKETING EXPERTS

Ihr Ansprechpartner  
für Marktforschung & Studien:



André Schulz  
Geschäftsführer

T +49 (0)40 767 94 50-11  
[andre.schulz@kbundb.de](mailto:andre.schulz@kbundb.de)

KB&B - Family Marketing Experts GmbH & Co. KG  
Schellerdamm 16  
21079 Hamburg  
[www.kbundb.de](http://www.kbundb.de)