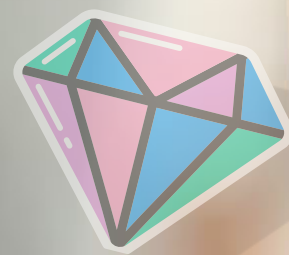


# Marken-Kinder

Studie  
2019



MARKENBEWERTUNG

MARKENRELEVANZ

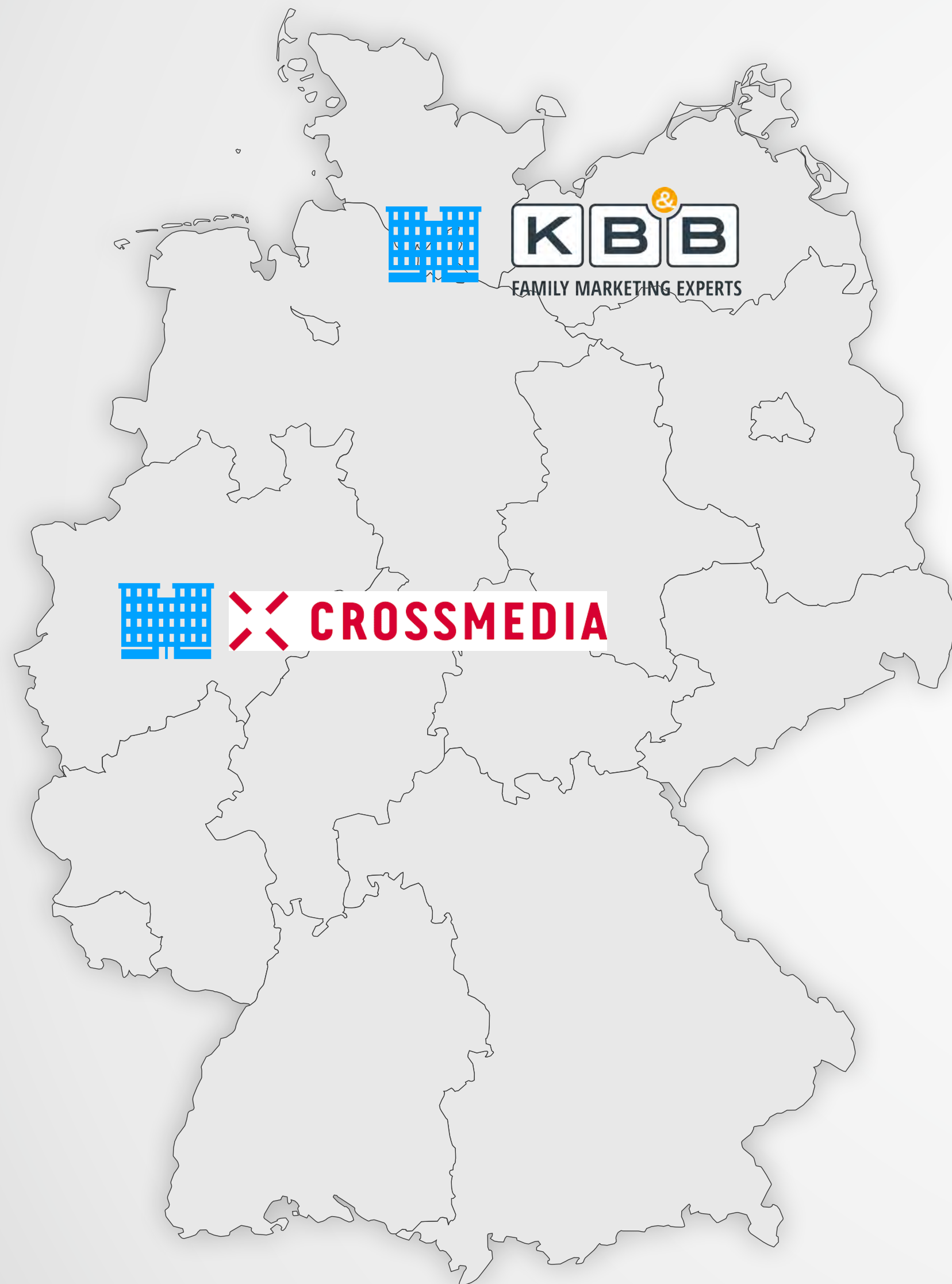
MARKENKENNTNIS

FOKUSTHEMEN 2019:  
INFLUENCER,  
REISEVERANSTALTER &  
PHARMA

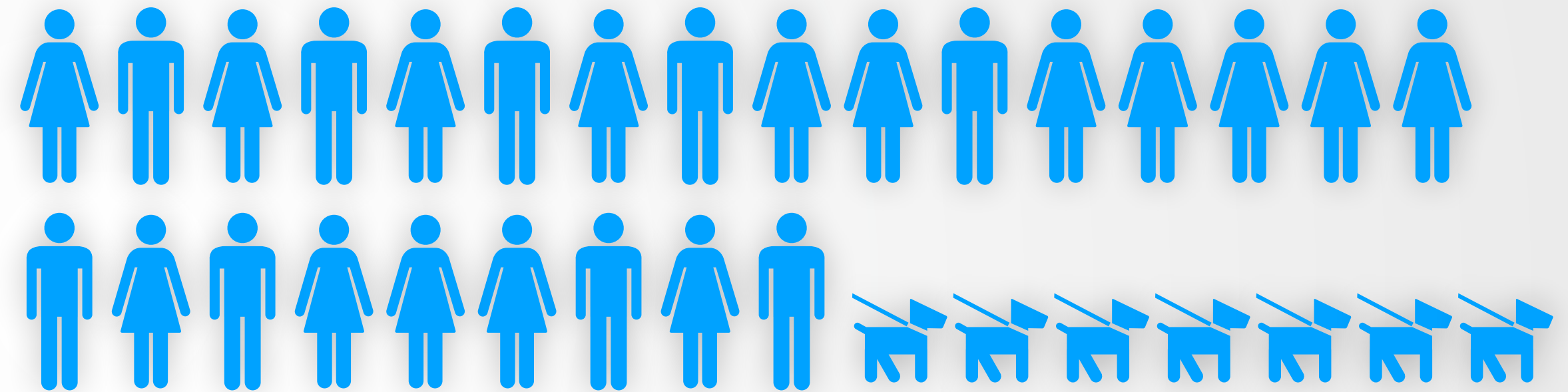




# Spezialagentur für Kinder- & Familienmarketing



 1998



 Produkte und Services

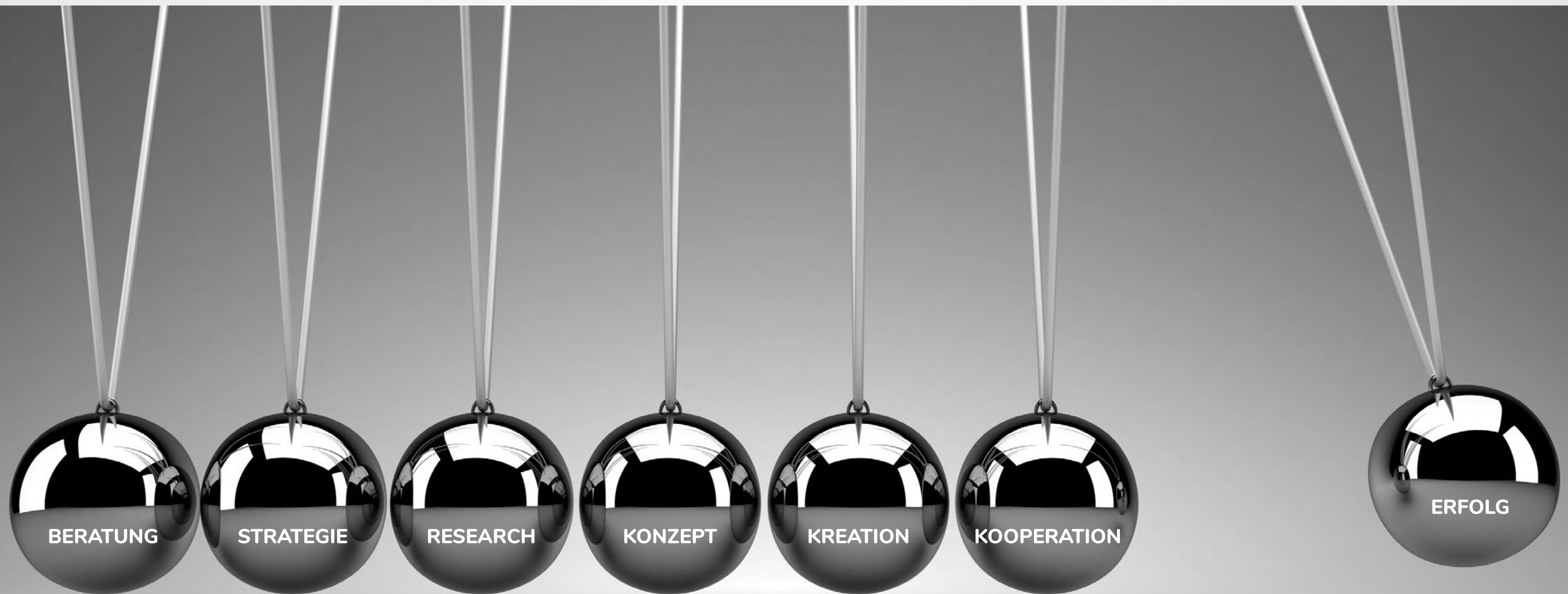
**CROSS**KIDS  
MEDIA KREATION

kinderzeit

fact  
family access tool

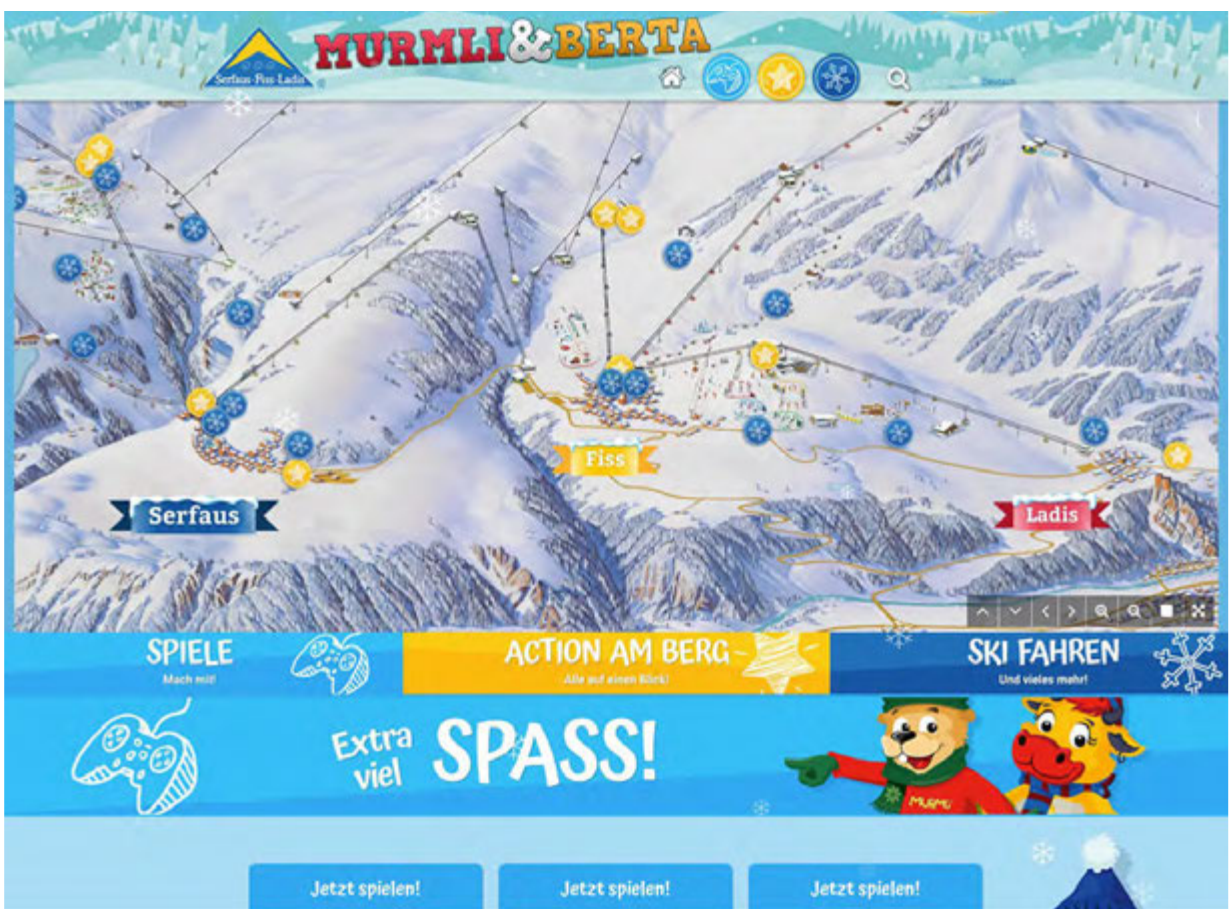
# Customer-Experience-Design

## Spezialisiert auf Familien und Kinder



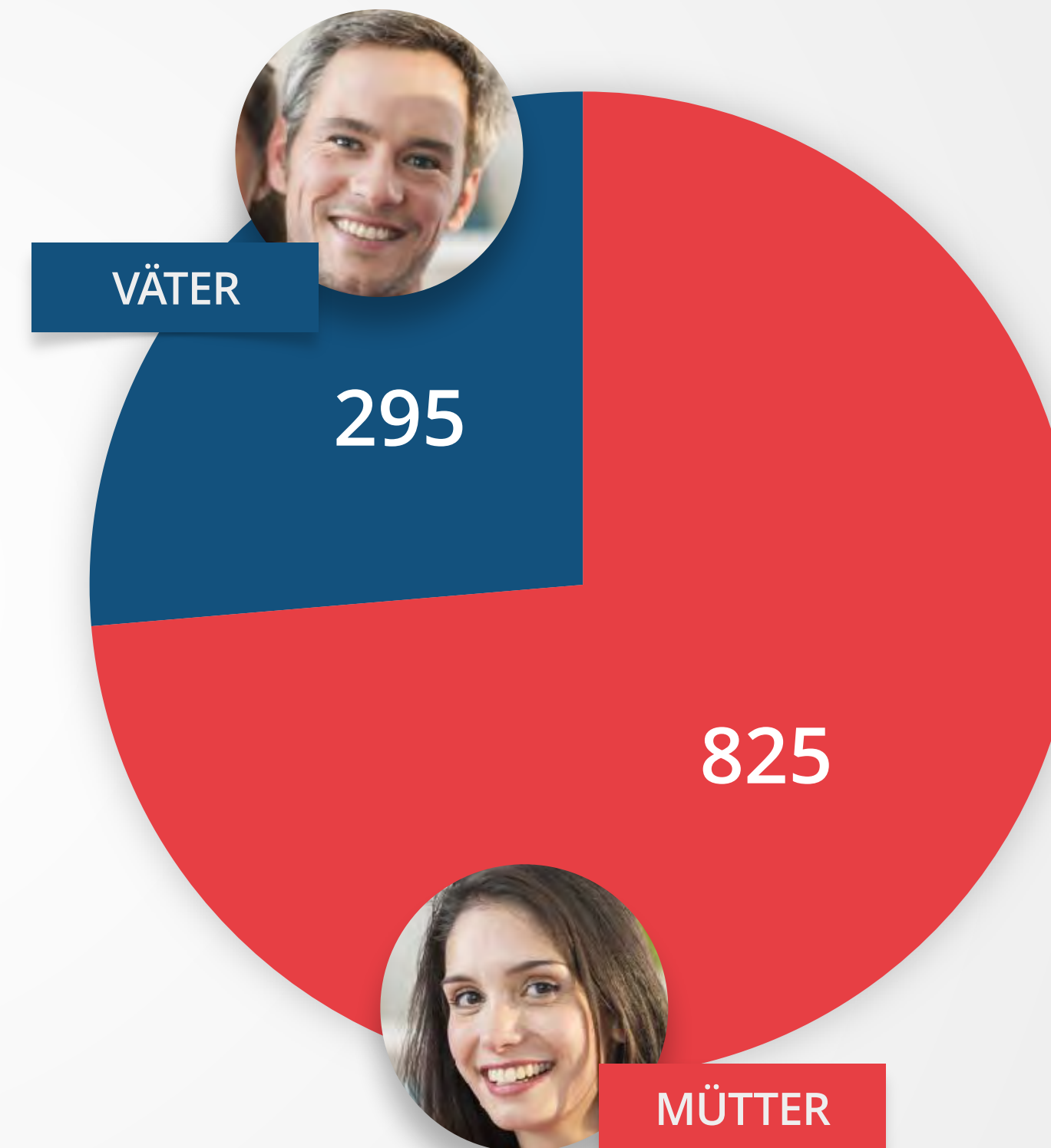
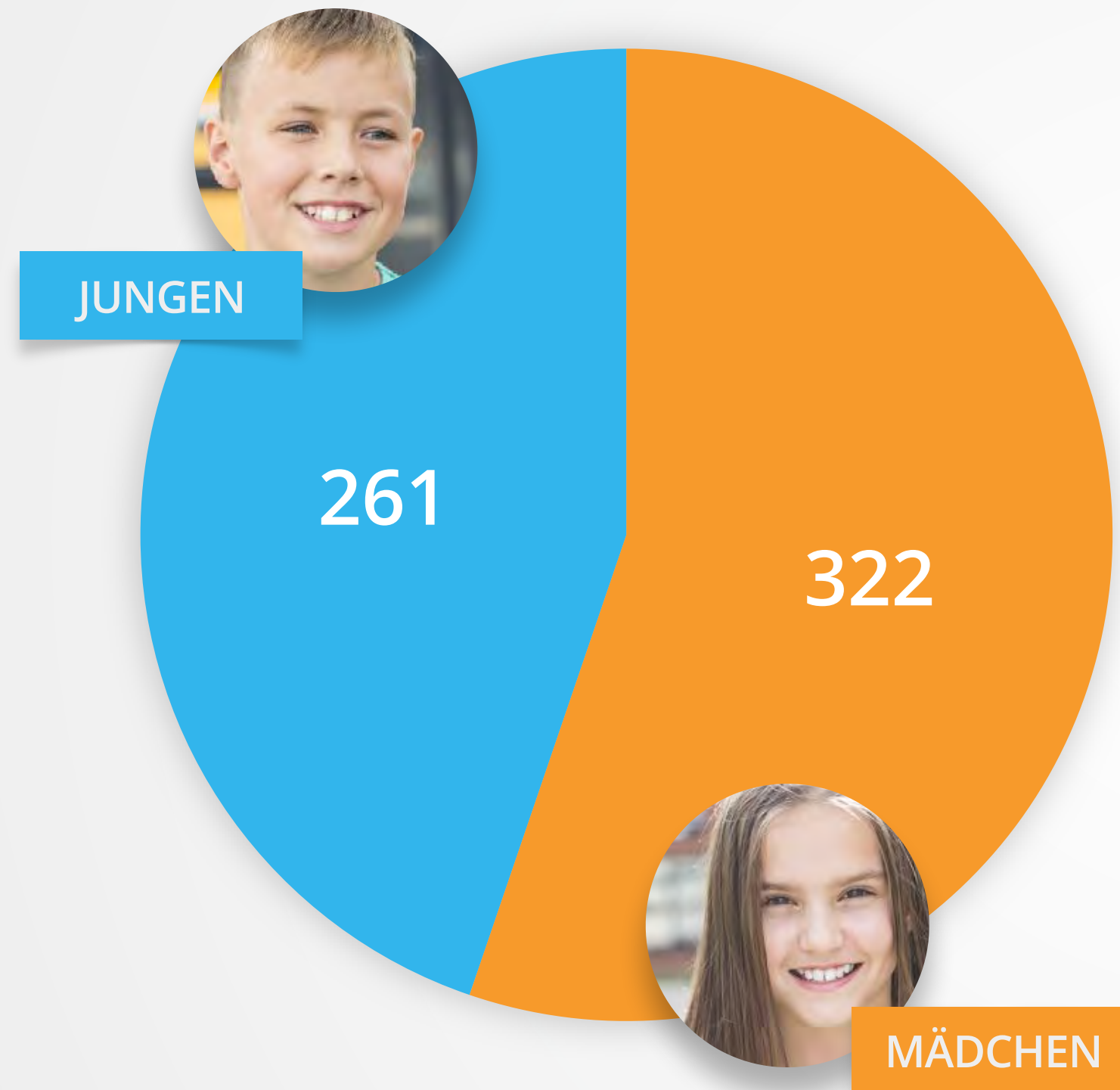
„Wir verbinden Strategie, Kreativität und Technologie zu erfolgreichen Wertschöpfungsketten!“







# Wer hat teilgenommen?



Onlinebefragung 03/2019: Kinder bis 14 Jahren und deren Eltern in Deutschland  
n (Gesamt) = 1.703





Bei welchen Dingen ist es Dir besonders wichtig,  
dass diese von einer bestimmten Marke stammen?



Kinder haben eigene Markenwelten, die von den für sie in ihrer Entwicklungsphase relevanten Kategorien bestimmt werden.



[illegible]



[illegible]



[illegible]**KIDS.TEENS & MARKE**



[illegible]

fact family access tool

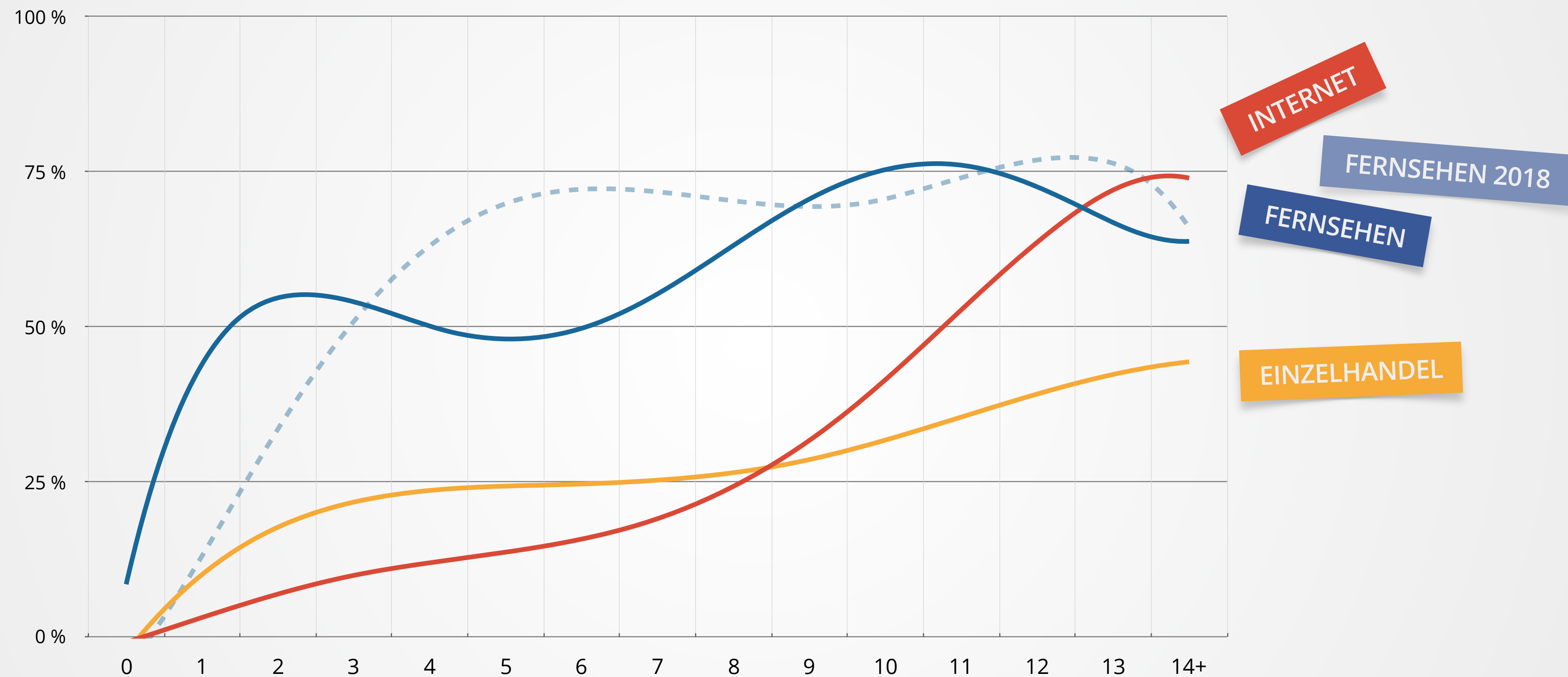


**KIDS.TEENS & MARKE**





# Wo lernst du Marken kennen?

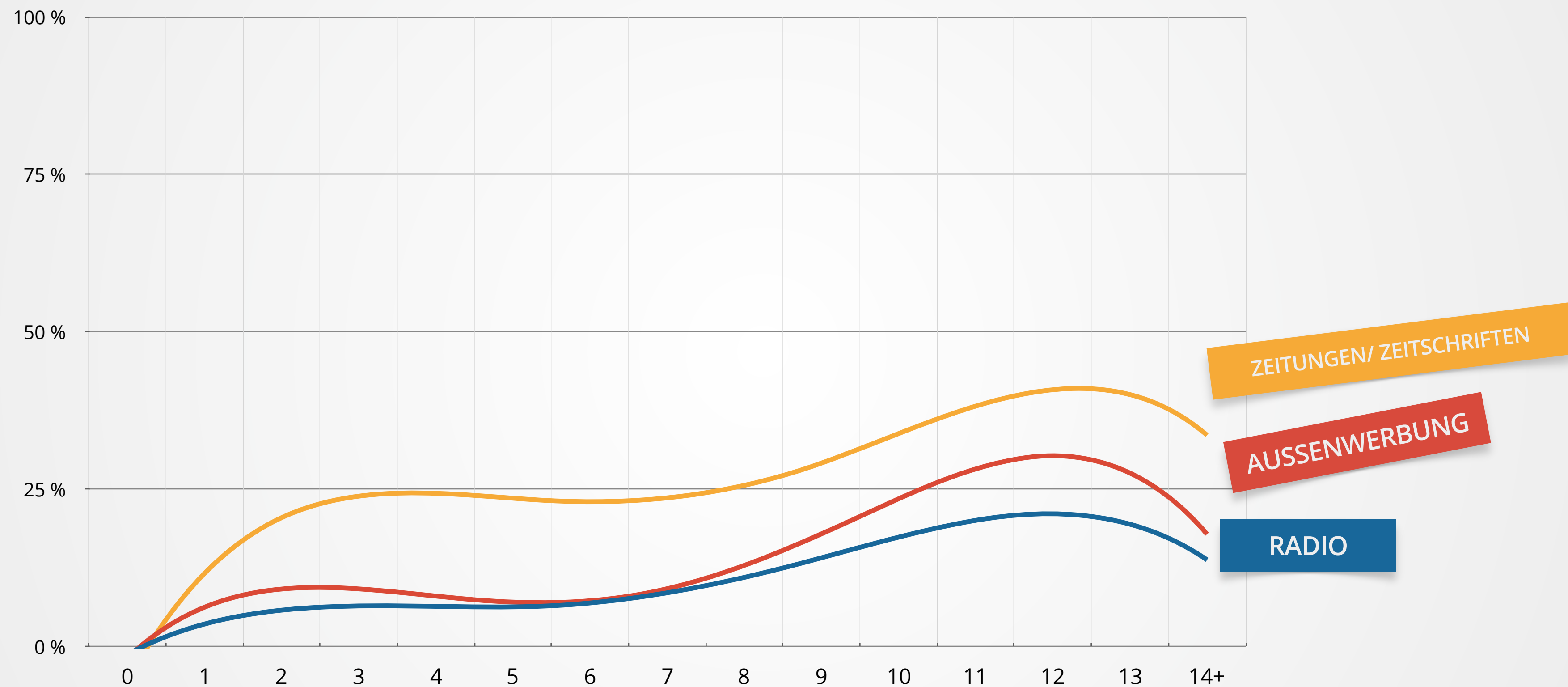


Die meisten Kinder geben an, Marken aus dem Fernsehen zu kennen – sobald die Kinder im Grundschulalter aber Zugang zum Internet haben, gleicht sich dieser Wert für das Internet rasant an.





# Wo lernst du Marken kennen?

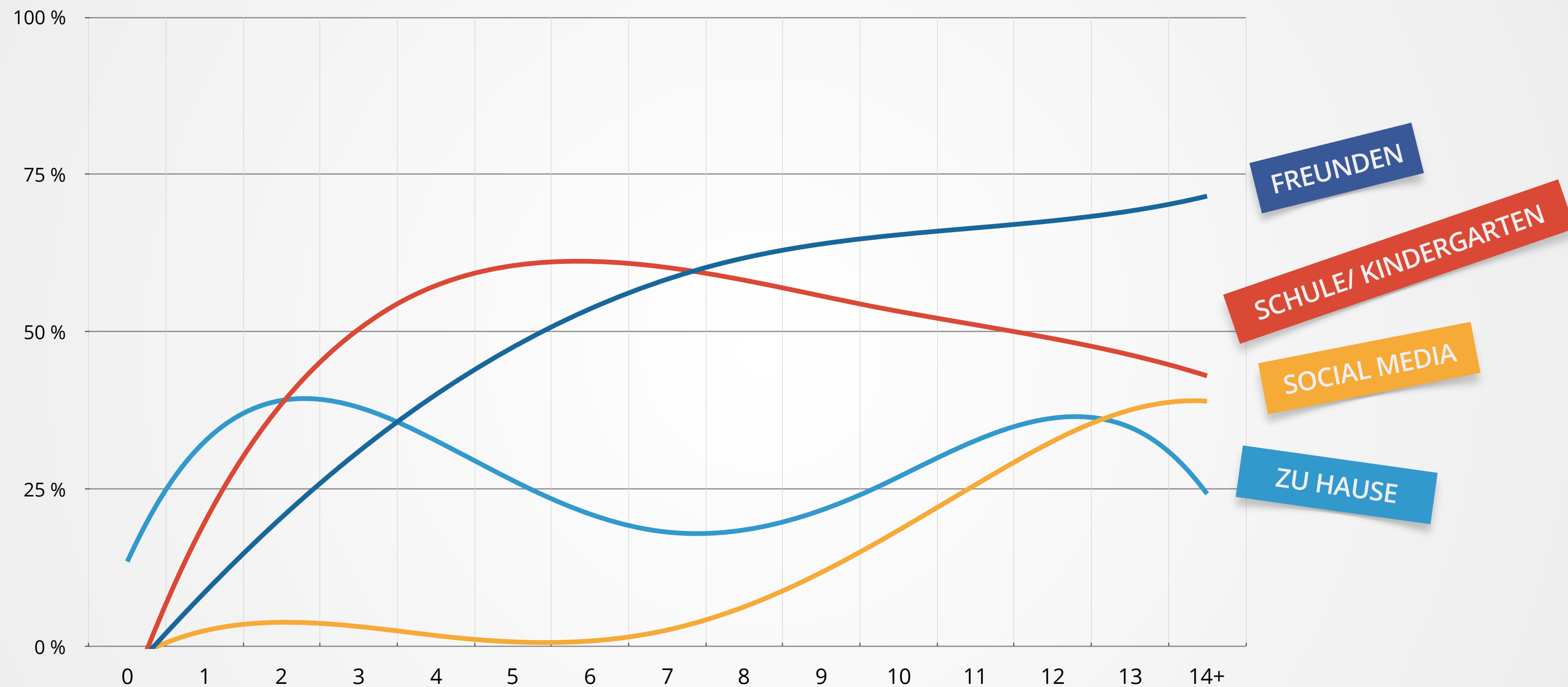


Zeitungen/Zeitschriften, Außenwerbung und Radio spielen beim Kennenlernen von Marken eine eher untergeordnete Rolle.





# Wo lernst du Marken kennen?

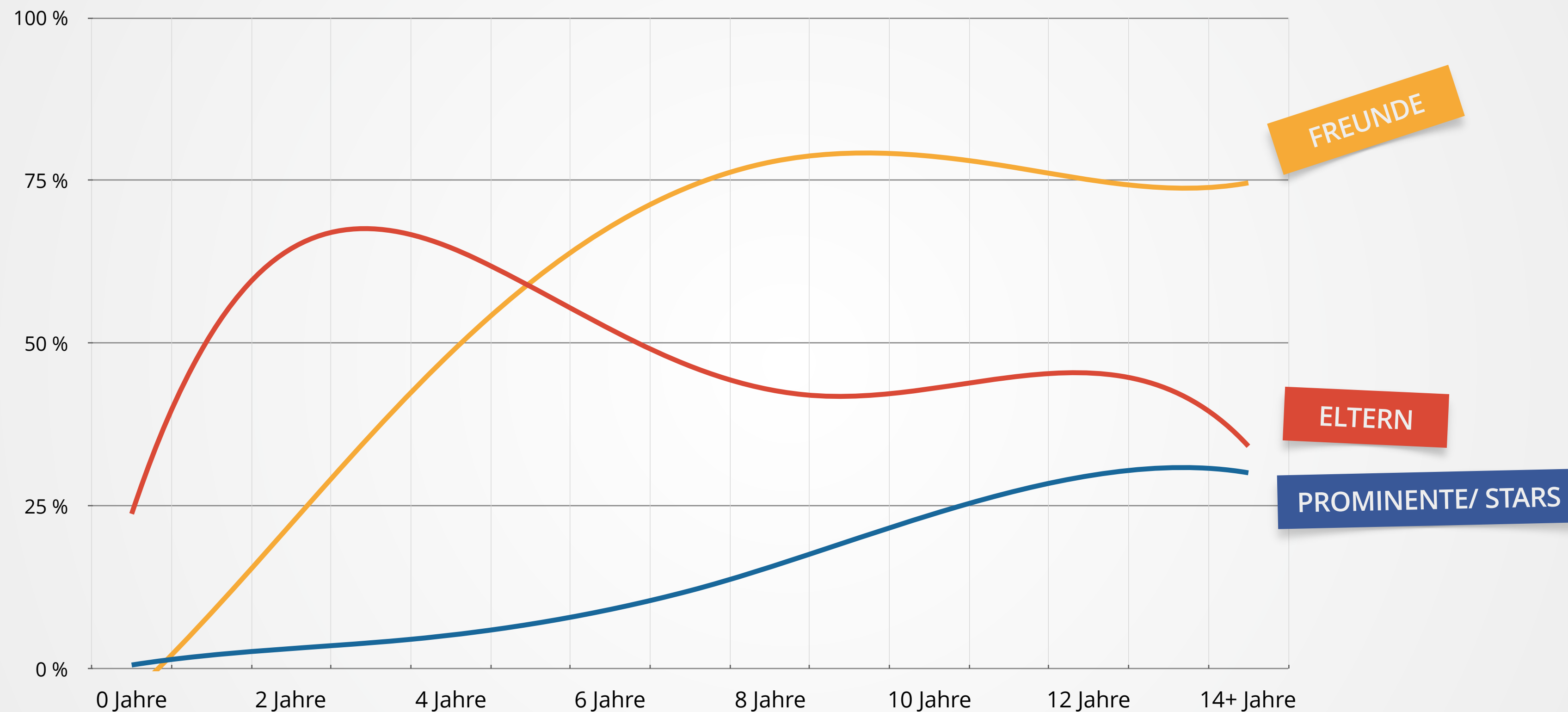


Zuhause lernen die Kinder weniger Marken kennen, dafür werden Freunde im Laufe der Kindheit auch in Bezug auf Marken immer wichtiger. Social Media wird dann relevant, wenn die Kinder anfangen sie zu nutzen.





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

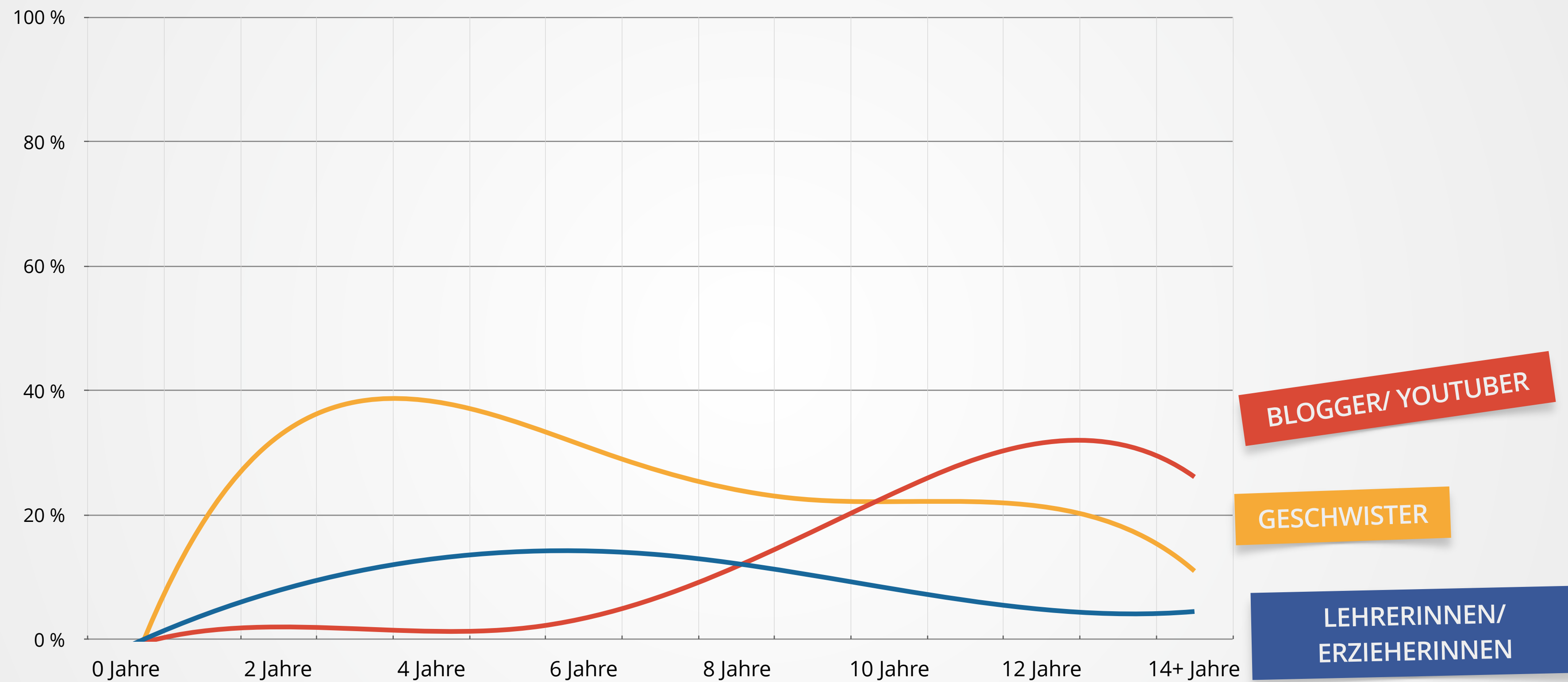


Für Kleinkinder sind die Eltern noch die wichtigsten „Influencer“ und „Markenbotschafter“, doch schon vor Beginn der Grundschule werden die Freunde wichtiger als die Eltern – mit 14 erreichen Prominente/Stars das Einflussniveau der Eltern.





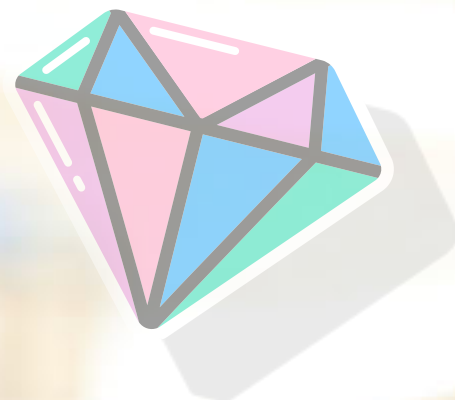
# Welche Personen haben Einfluss darauf, ob du eine Marke besonders gut findest?



Sobald Kinder Zugang zum Internet haben und dieses Medium systematisch für sich nutzen, werden auch Blogger und YouTube zu wichtigen Influencern bei der Markenbekanntheit und -sympathie. Dieser Gruppe wird offensichtlich mehr Kompetenz bei der Markenbeurteilung zugeschrieben.



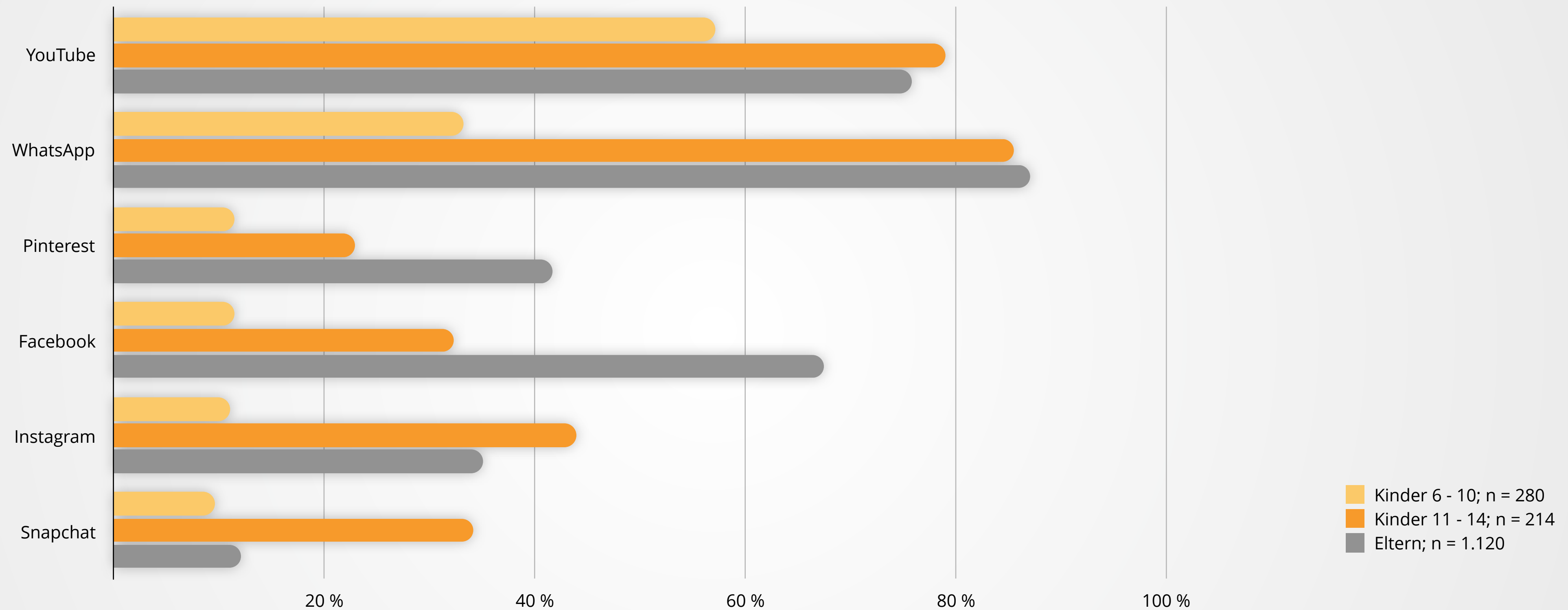
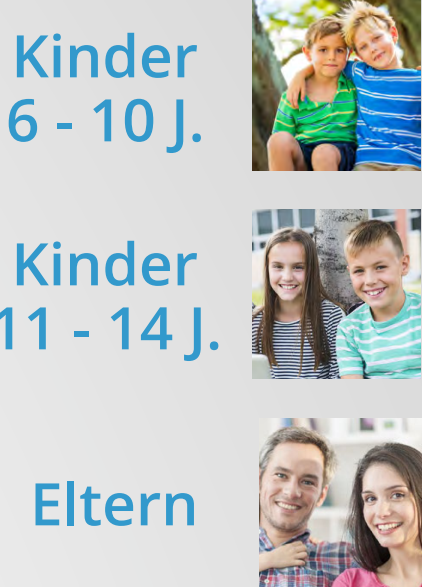
## Teil II: Influencer





# Welche Social Media Kanäle nutzt du?

1/2

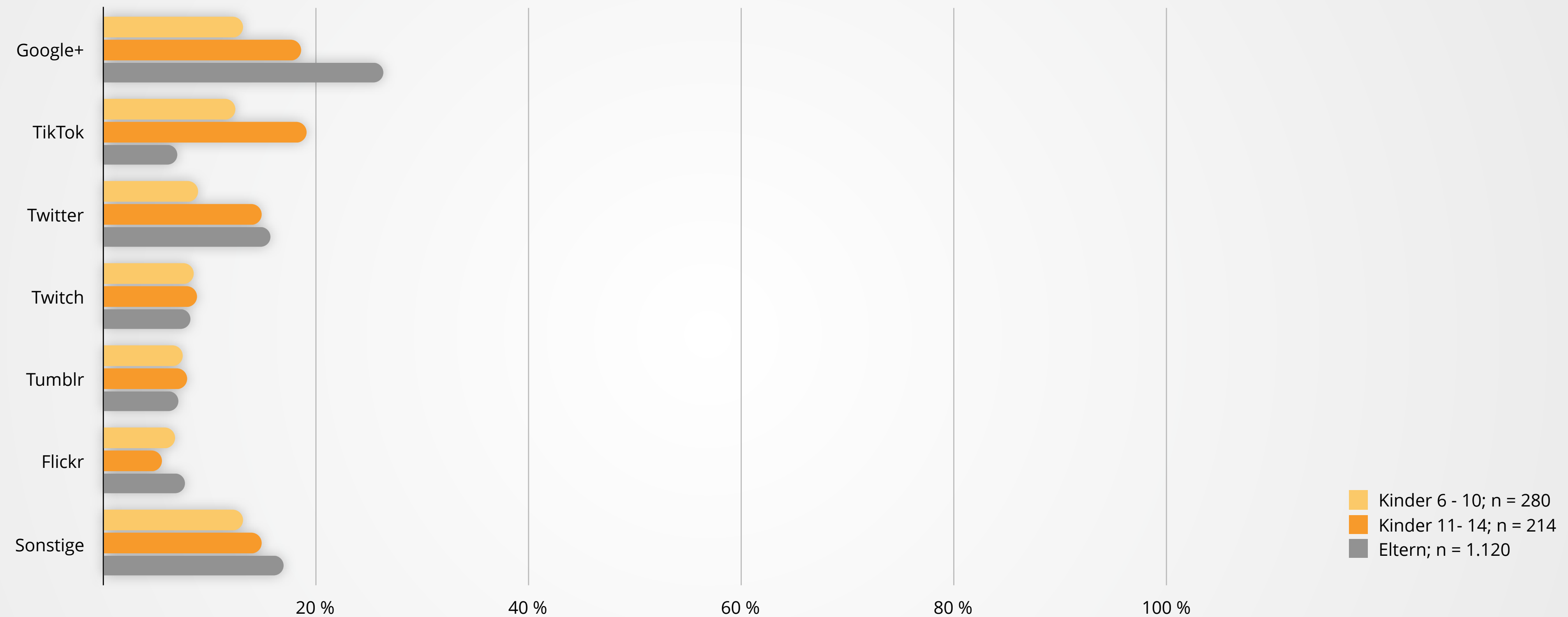


YouTube und WhatsApp sind die am häufigsten genutzten Social-Media-Kanäle bei Kindern und Eltern. Die größte prozentuale Nutzungsdifferenz zwischen Kindern und Eltern gibt es bei WhatsApp und Facebook.



# Welche Social Media Kanäle nutzt du?

## 2/2

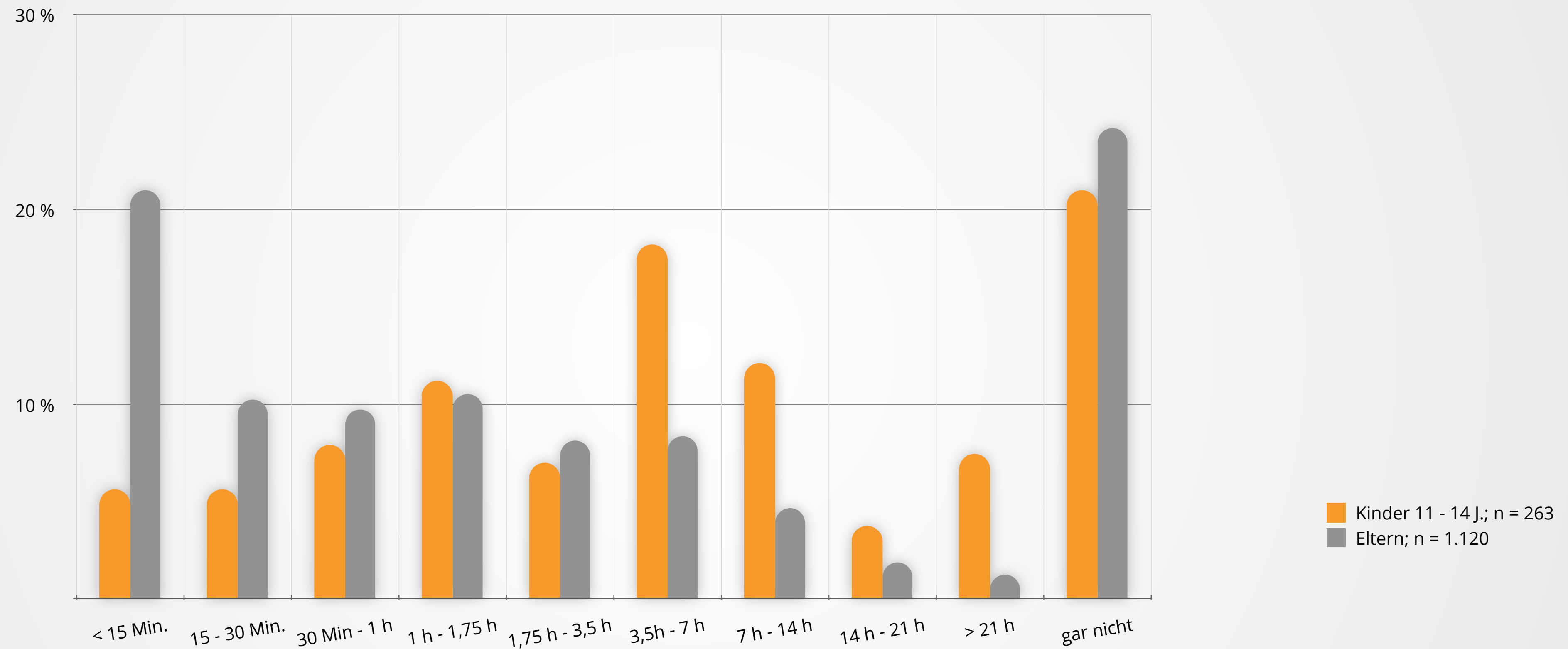


Der Hidden Champion ist aktuell TikTok (ehem. Musically). Die älteren Kinder sind schon dabei, ohne große Wahrnehmung ihrer Eltern.





# Wie viel Zeit verbringst du durchschnittlich in einer Woche auf ...z.B. YouTube?

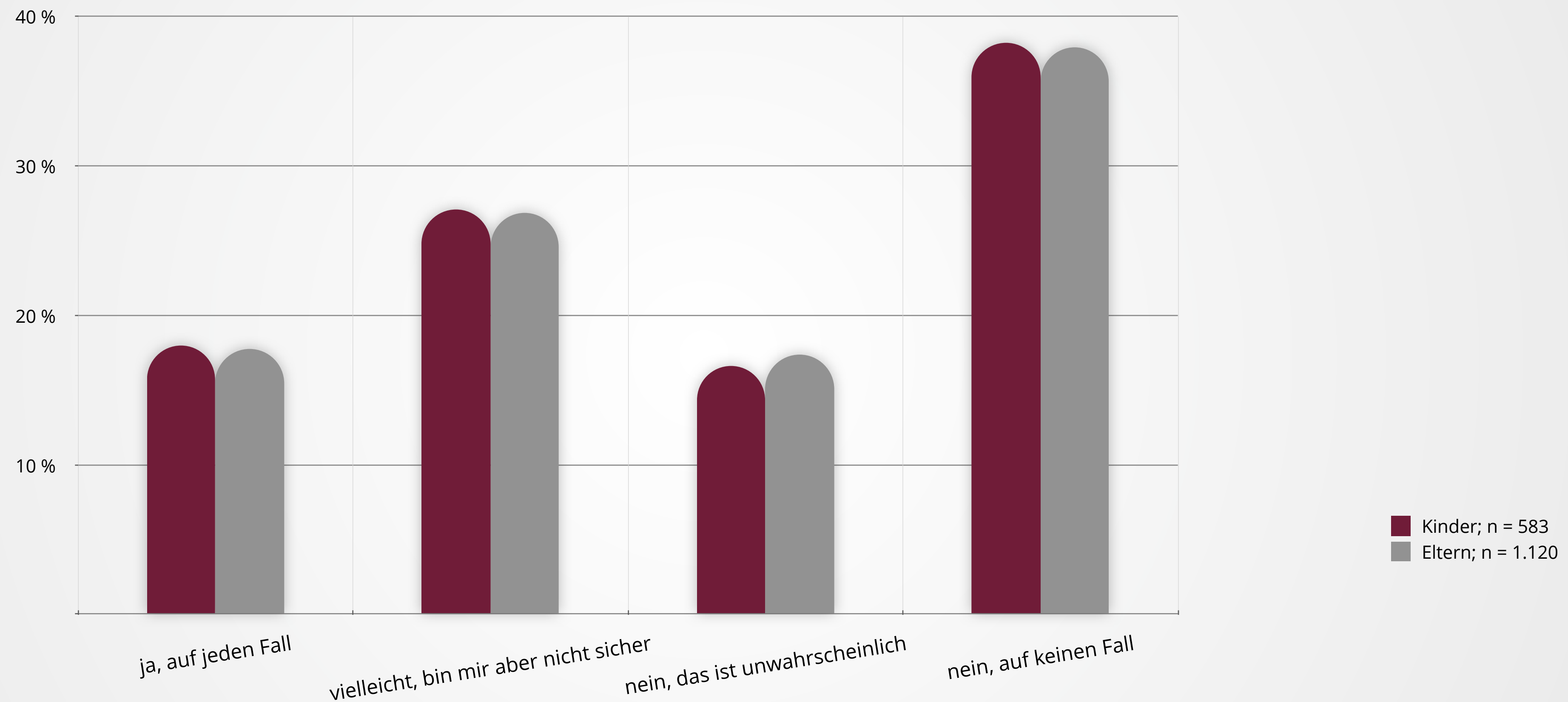


Kinder im Alter von 11 - 14 Jahren nutzen YouTube intensiver als ihre Eltern. Die größte Gruppe nutzt YouTube zwischen 3,5 und 7 h / Woche; die zweitgrößte Gruppe zwischen 7 und 14 h / Woche.





Bist du schon mal auf Produkte aufmerksam geworden, weil sie von einem Influencer in den Sozialen Medien präsentiert und gezeigt wurden?

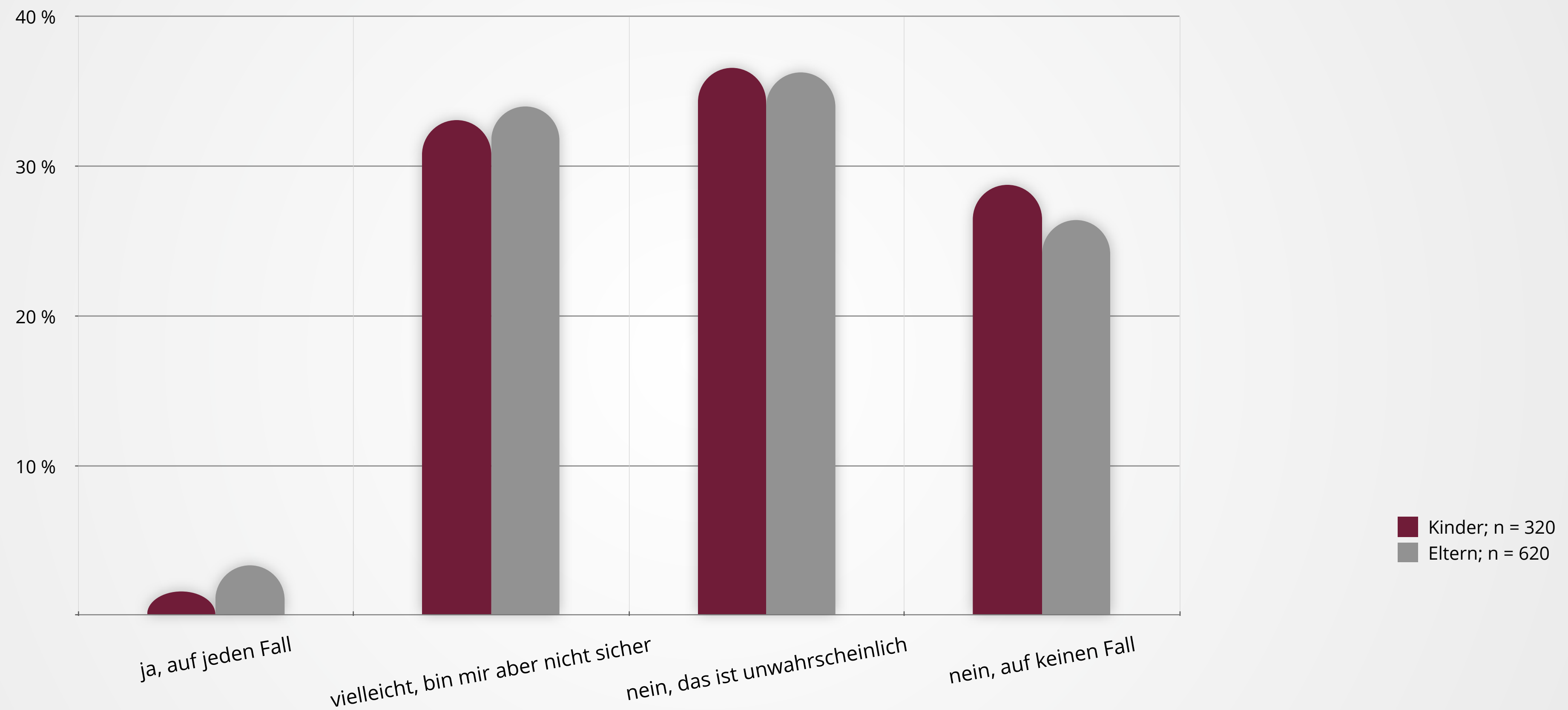


*Durch die geschickte Platzierung, werden Produkte als Bestandteile der Lebenswelt der Influencer wahrgenommen und nicht als „bezahlte“ Werbung.*





# Kannst du dir vorstellen, ein Produkt zu kaufen, das dir von einem Influencer empfohlen wird?

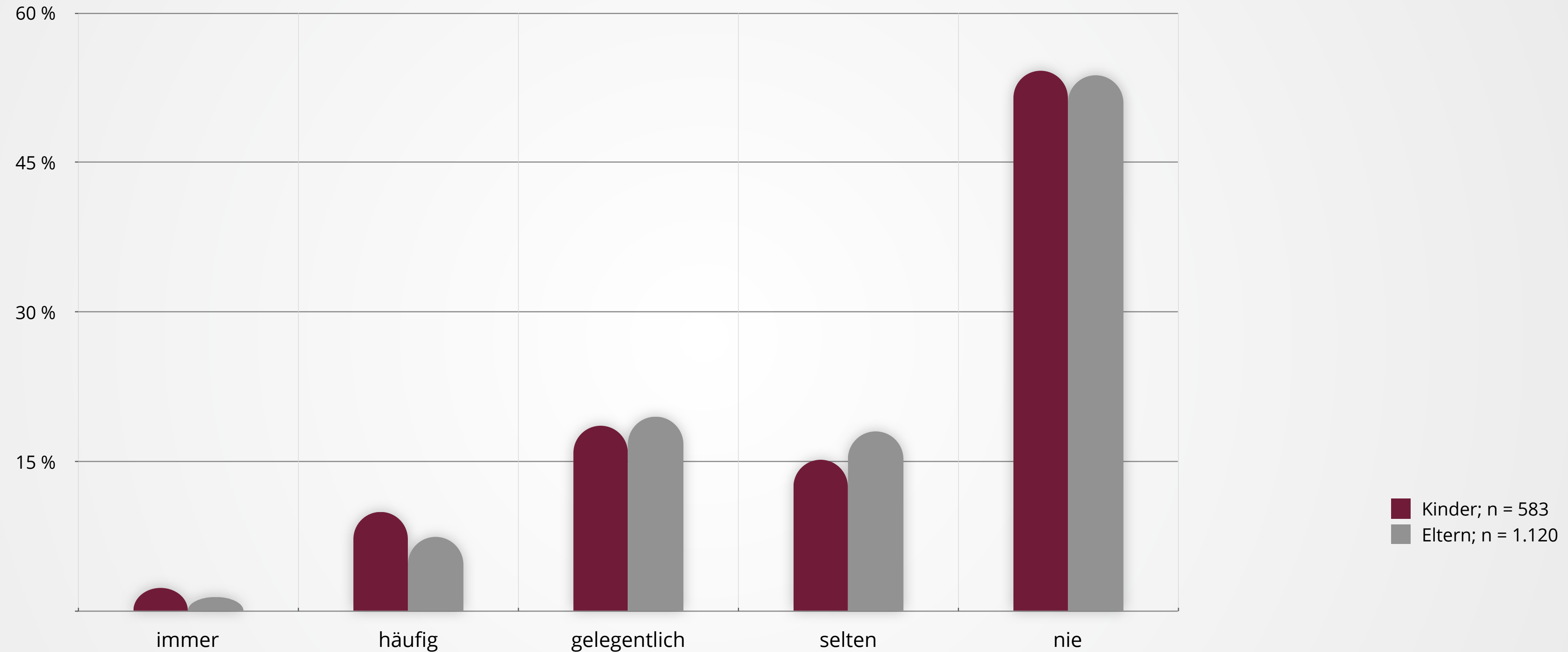


Sowohl Kinder als auch Eltern geben mehrheitlich an (> 60%), dass sie „auf keinen Fall“ oder „unwahrscheinlich“ Produkte kaufen, die von Influencern empfohlen werden. Tatsächlich tun sie es aber doch.





# Wenn du einmal darüber nachdenkst, etwas Spezielles zu kaufen, schaust du dir dann vorher Beiträge von Influencern an?

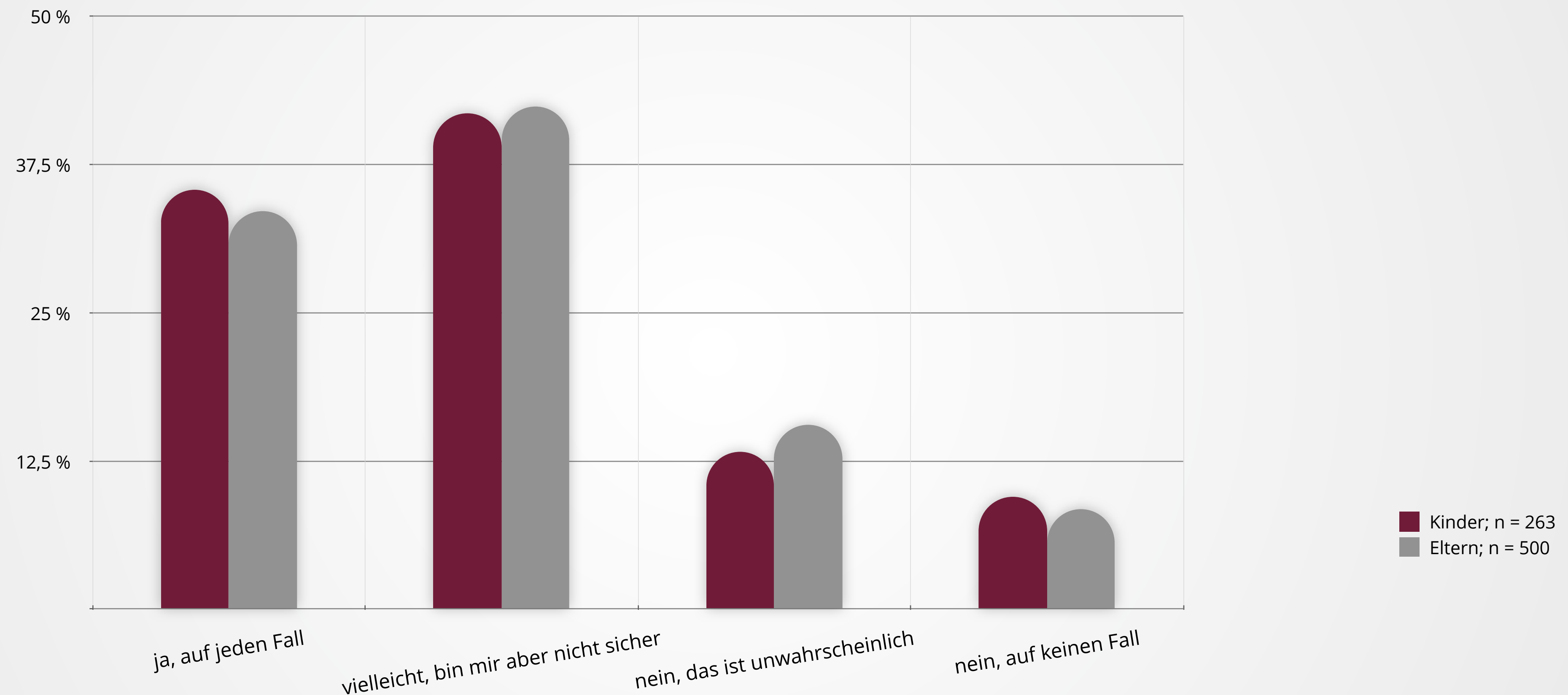


*Influencer sind weder für Kinder noch für Eltern ein Mittel der systematischen Informationssuche.*





# Hast du schon mal ein Produkt gekauft, das dir von einem Influencer empfohlen wurde?



Sowohl Kinder als auch Eltern beziehen in ihre Konsumententscheidungen die Empfehlungen von Influencern ein. Influencer sind damit eine wesentliche Quelle der Markenkommunikation.



[illegible]

“

**fact**  
family access tool

The logo for the Fact Family Access Tool features the word "fact" in a large, blue, sans-serif font. Below it, the words "family access tool" are written in a smaller, blue, sans-serif font. To the right of the text is a stylized icon of a family consisting of a red adult figure, a blue adult figure, and two pink child figures, all within a blue speech bubble shape.



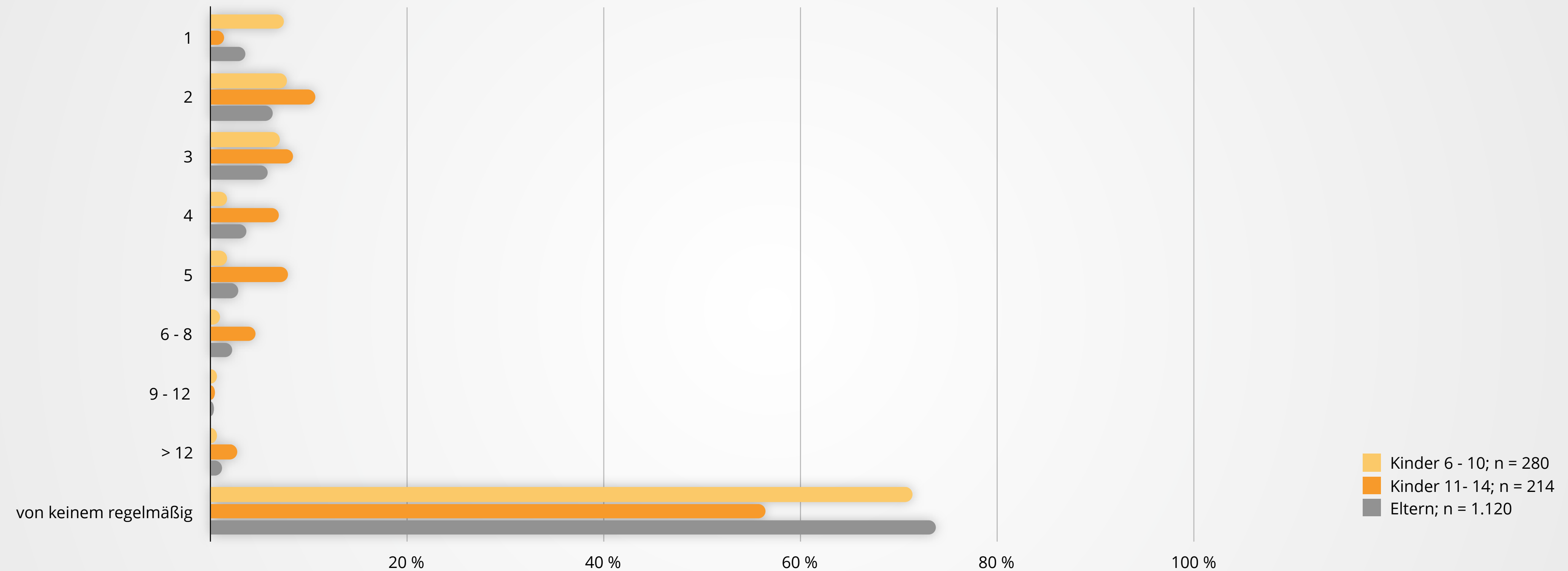
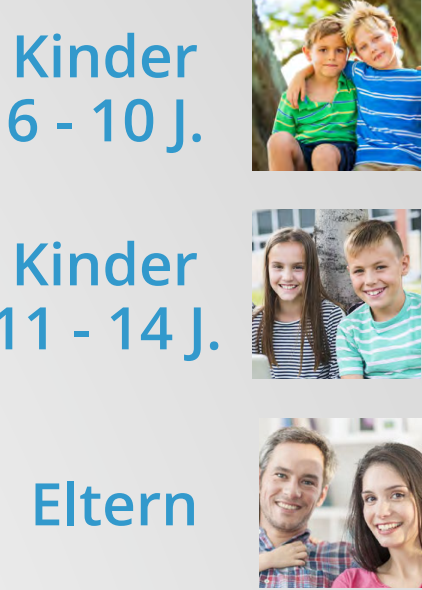
# Welche Influencer kennst du - wenn auch nur dem Namen nach?



Auch bei den Müttern liegt Bibi vorn, aber hier finden wir ein viel umfangreicheres Bild an Influencern.



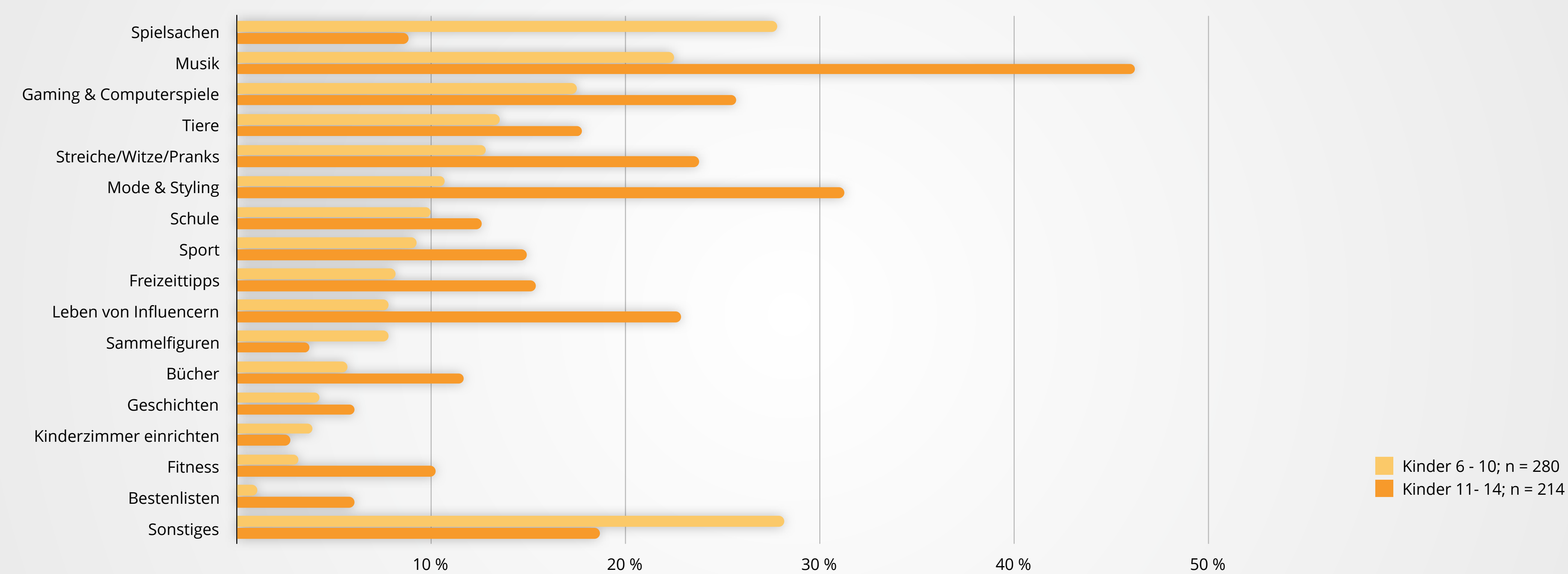
# Von wie vielen Influencern schaust du dir regelmäßig Beiträge an?



*Kinder im Alter von 11 - 14 Jahren sind in ihrem Nutzungsverhalten in Bezug auf Influencer gefestigter: über 40% schauen sich regelmäßig die Beiträge bestimmter Influencer an.*

# Zu welchen Themen schaust du dir Beiträge von Influencern an?

(Mehrfachnennungen)



Ältere Kinder nutzen Influencer zur Befriedigung vielfältiger Informationsbedarfe.

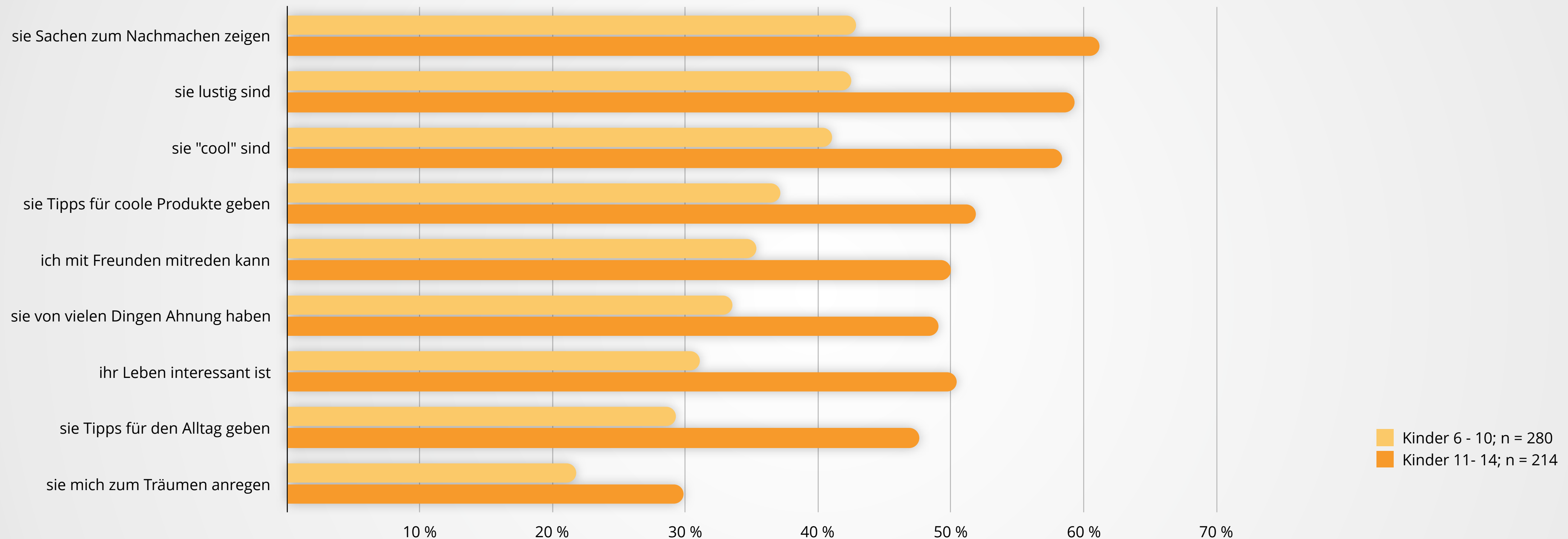


# Wie sehr stimmst du folgenden Aussagen zu? Ich schaue mir gerne Beiträge von Influencern an, weil ...

Kinder  
6 - 10 J.



Kinder  
11 - 14 J.



*Influencer übernehmen bei älteren Kindern vielfältige Funktionen der Sozialisation.*



# Funktion von Influencern nach Entwicklung der Kinder

Alter der Kinder	6 - 8 J.	9 - 11 J.	12 - 14 J.
Entwicklungsstufen	Selbsterfahrung und Empathie	Freiheit und Selbständigkeit	Neustrukturierung der Lebenswelt
Dominantes Nutzungsmotiv Influencer	... sie sind lustig (38%) ... sie zeigen mir Sachen zum Nachmachen (35%) ... sie sind cool (32%)	... sie sind cool (54%) ... sie zeigen mir Sachen zum Nachmachen (54%) ... sie sind lustig (51%)	... sie zeigen mir Sachen zum Nachmachen (61%) ... sie sind lustig (59%) ... sie sind cool (58%)
Funktion der Influencer	Unterhalter Erklärer Enabler	Lebensorientierung Gruppensozialisation Experten	Lebens- und Alltagsberatung Orientierung Gruppensozialisation Experten
Adaption durch Marketing	Product Placement Unterstützung durch Produktverwendung Aufbau authentischer Testimonials	Product Placement glaubwürdige, authentische Produktverwendung Aufbau Markenbekanntheit Lebens- und Alltagsberatung	Product Placement Verwendung von Produkten in Gruppen Produkttestimonial Influencer als Experte Emotionale Markenbildung

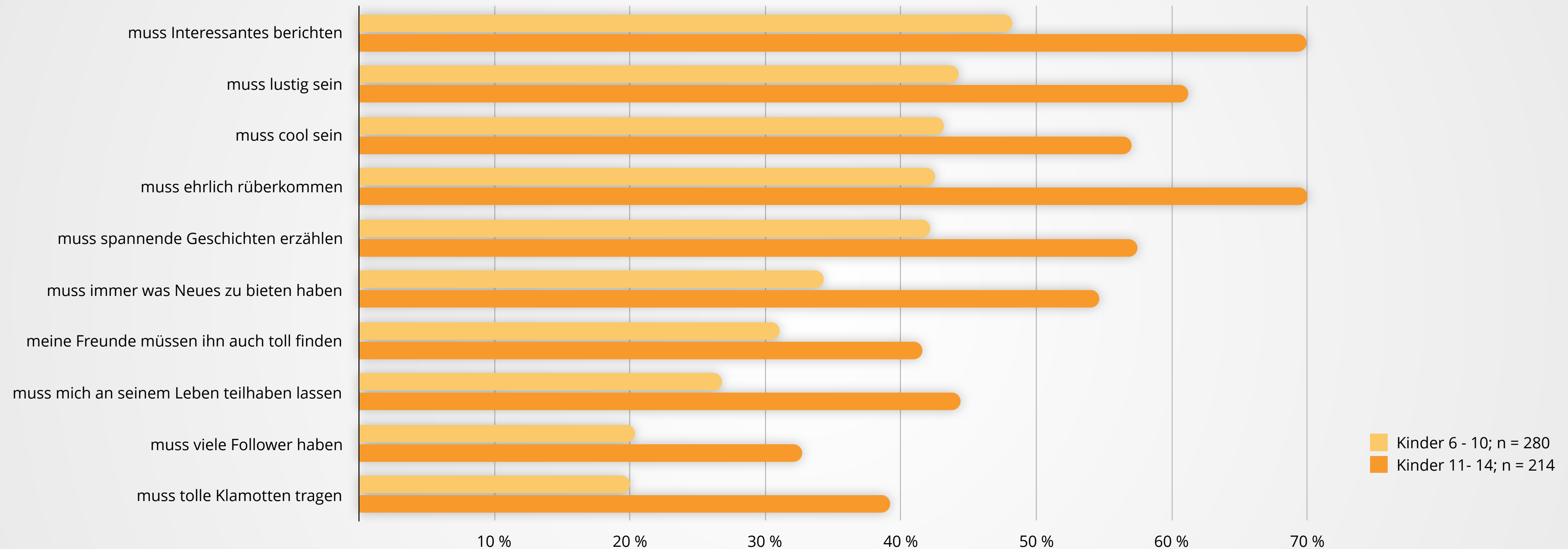


# Wie muss ein Influencer sein, damit du ihn gut findest?

Kinder  
6 - 10 J.



Kinder  
11 - 14 J.



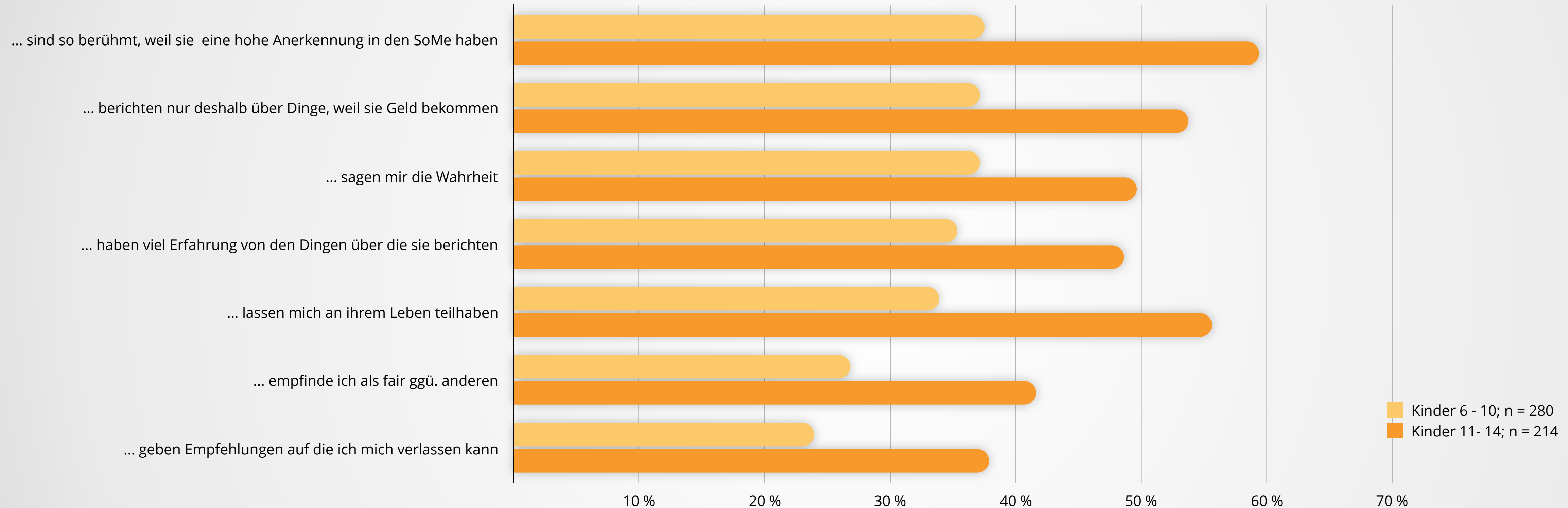
In der grundsätzliche Ausprägung finden Kinder das gleiche an Influencern gut. Doch bei den älteren Kindern punktet Authentizität und äussere Erscheinungsmerkmale.

# Wie sehr stimmst du folgenden Aussagen zu? Influencer ...

Kinder  
6 - 10 J.



Kinder  
11 - 14 J.



Das Image von Influencern wird von Kindern differenziert bewertet.



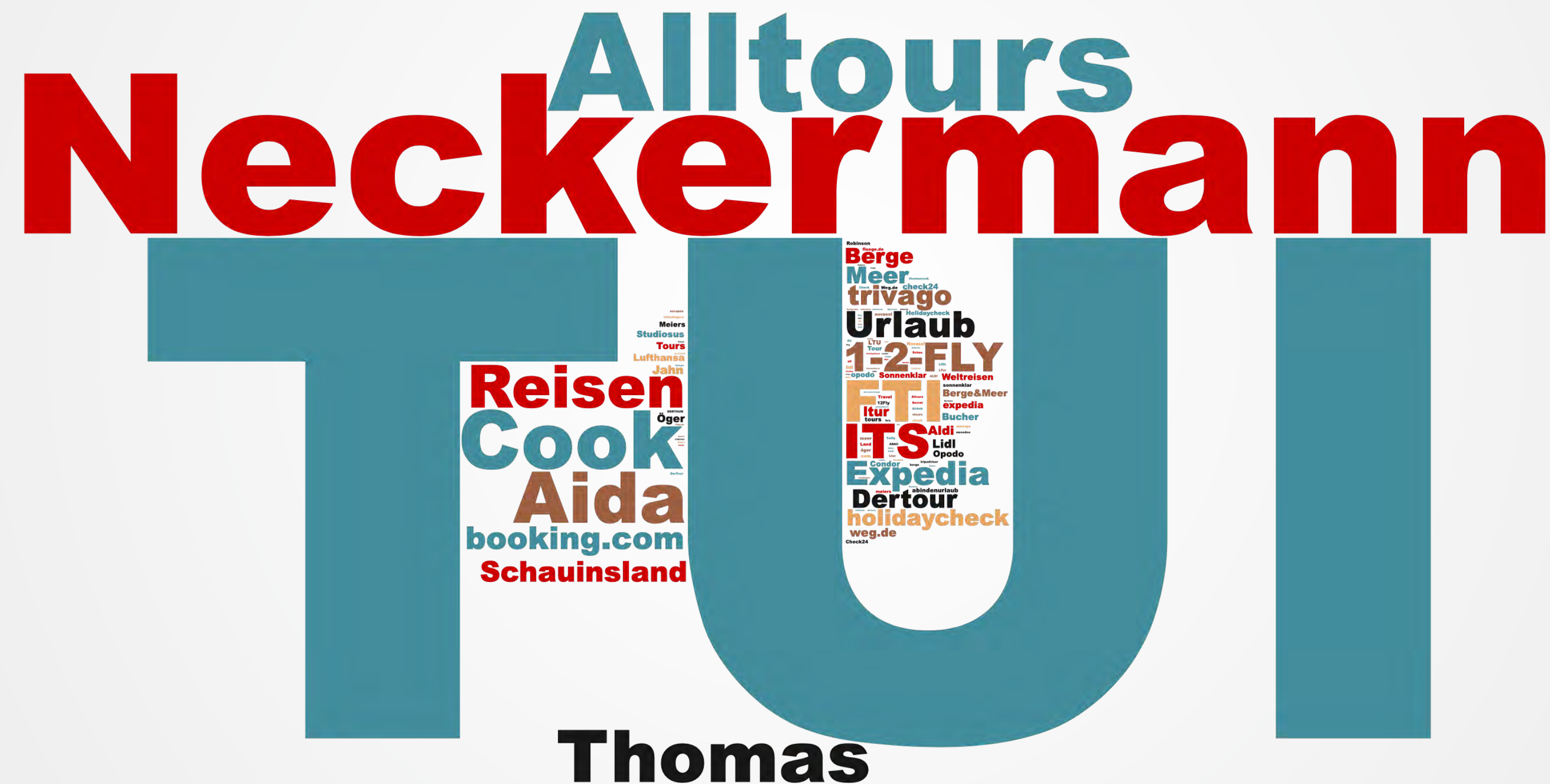
## Teil 3: Reiseveranstalter





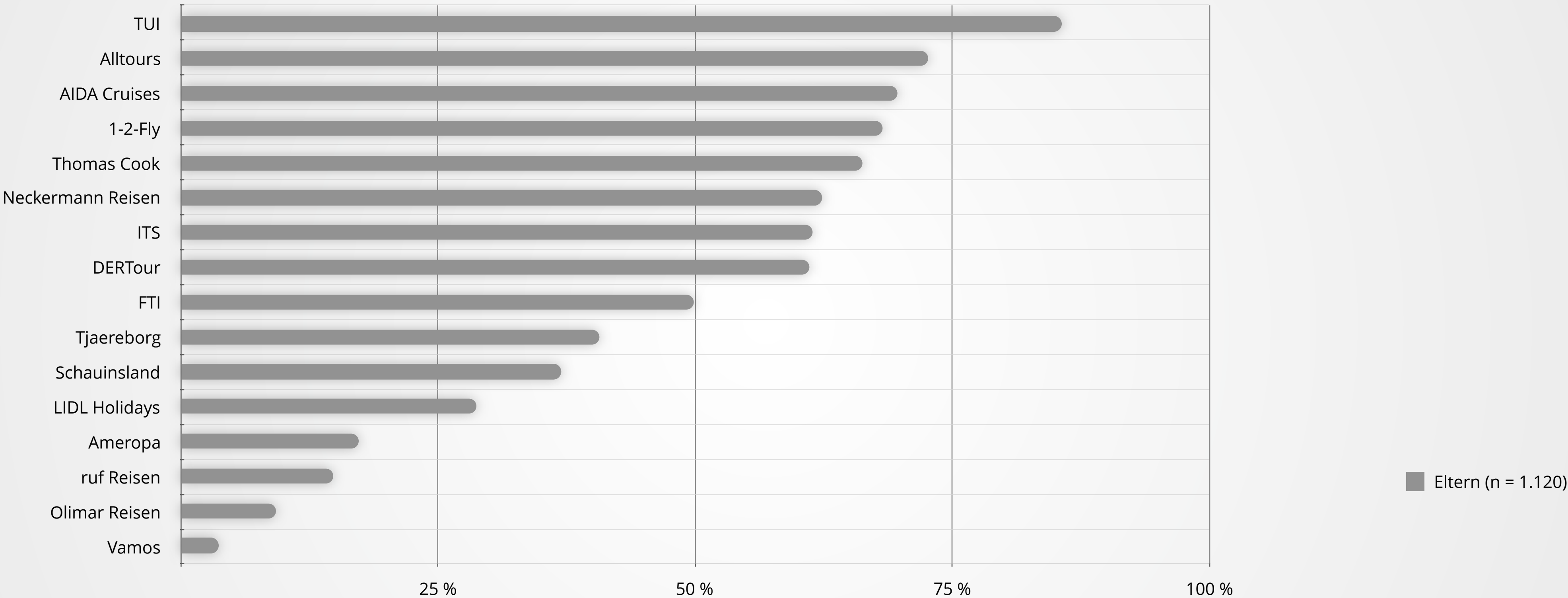


Welche Marken im Bereich Reiseveranstalter  
fallen dir auf Anhieb ein?





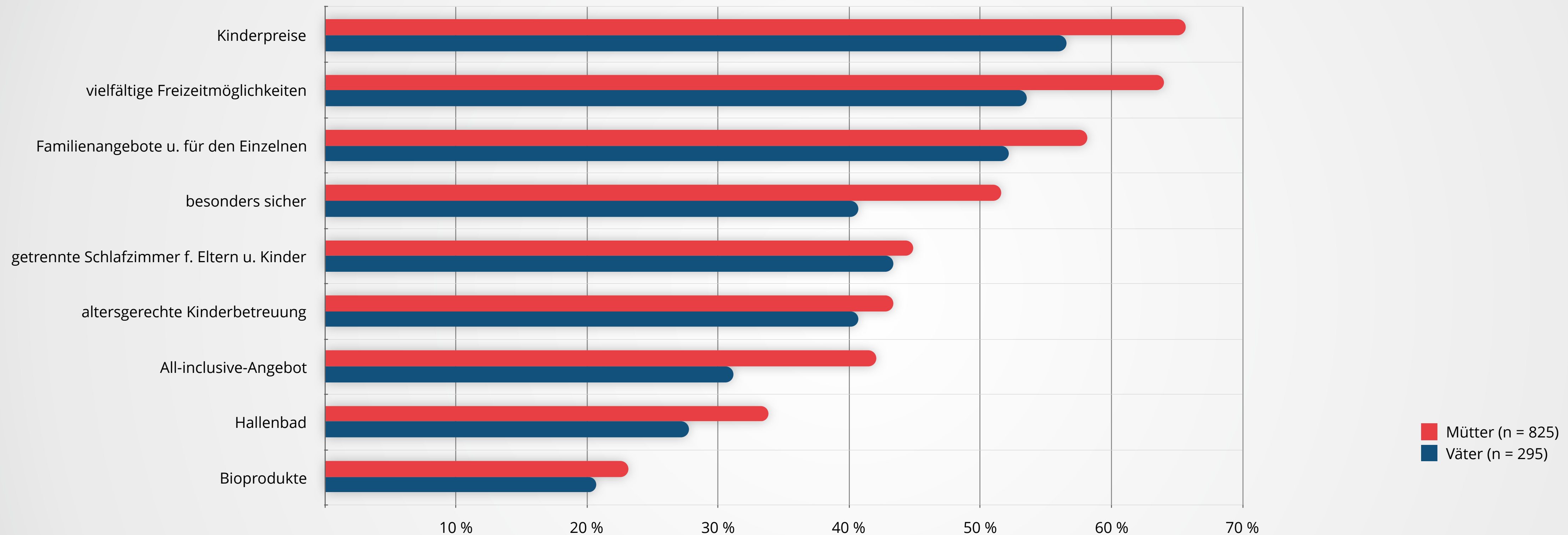
# Welche dieser Reiseveranstalter kennst du?



Die Anzahl der bekannten Reiseveranstaltermarken pro Erwachsener ist ähnlich hoch wie der Wettbewerb stark ist: nicht weniger als 9 Marken erreichen eine Bekanntheit von > 50%.



# Welche Anforderungen muss ein Reiseveranstalter, bei dem du deine Urlaubsreise mit der Familie buchst, deiner Meinung nach erfüllen?

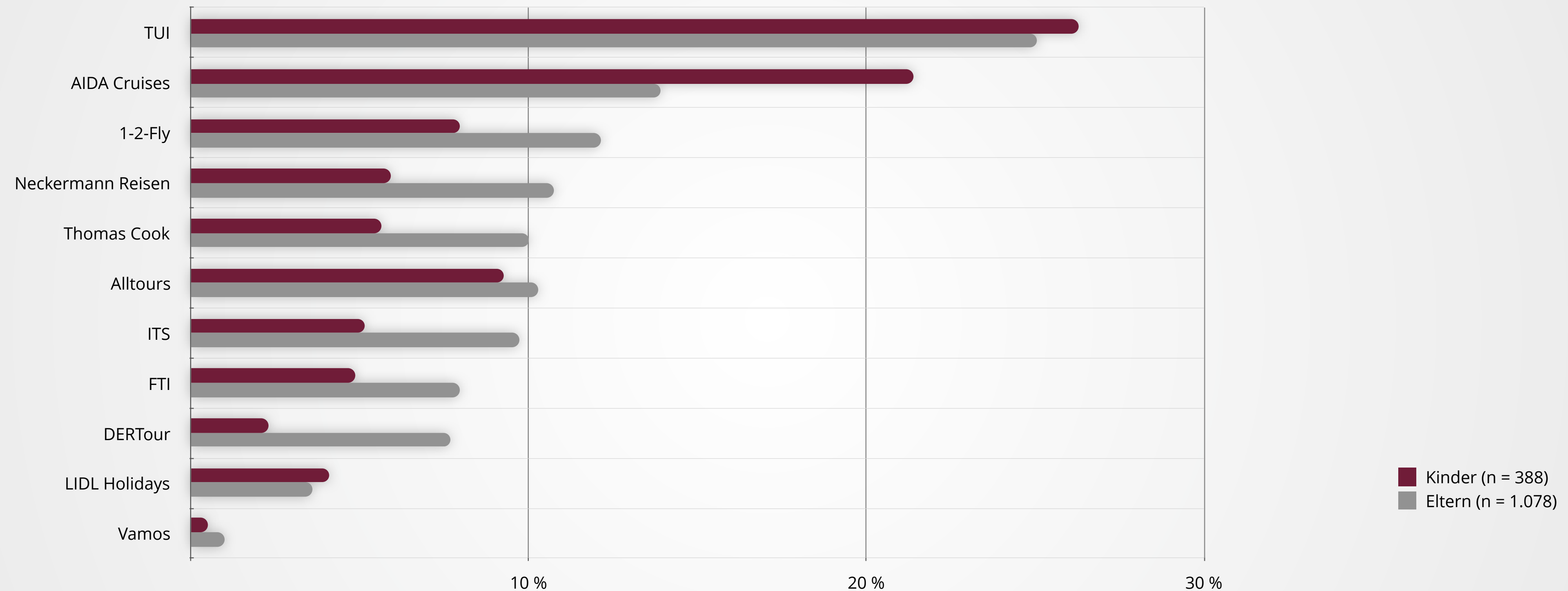


Väter und Mütter unterscheiden sich bei ihren Anforderungen an Reiseveranstalter nicht wesentlich. Familienurlaub bedeutet (neben den Kinderpreisen) v.a. Angebote für die ganze Familie und für jedes einzelne Familienmitglied.





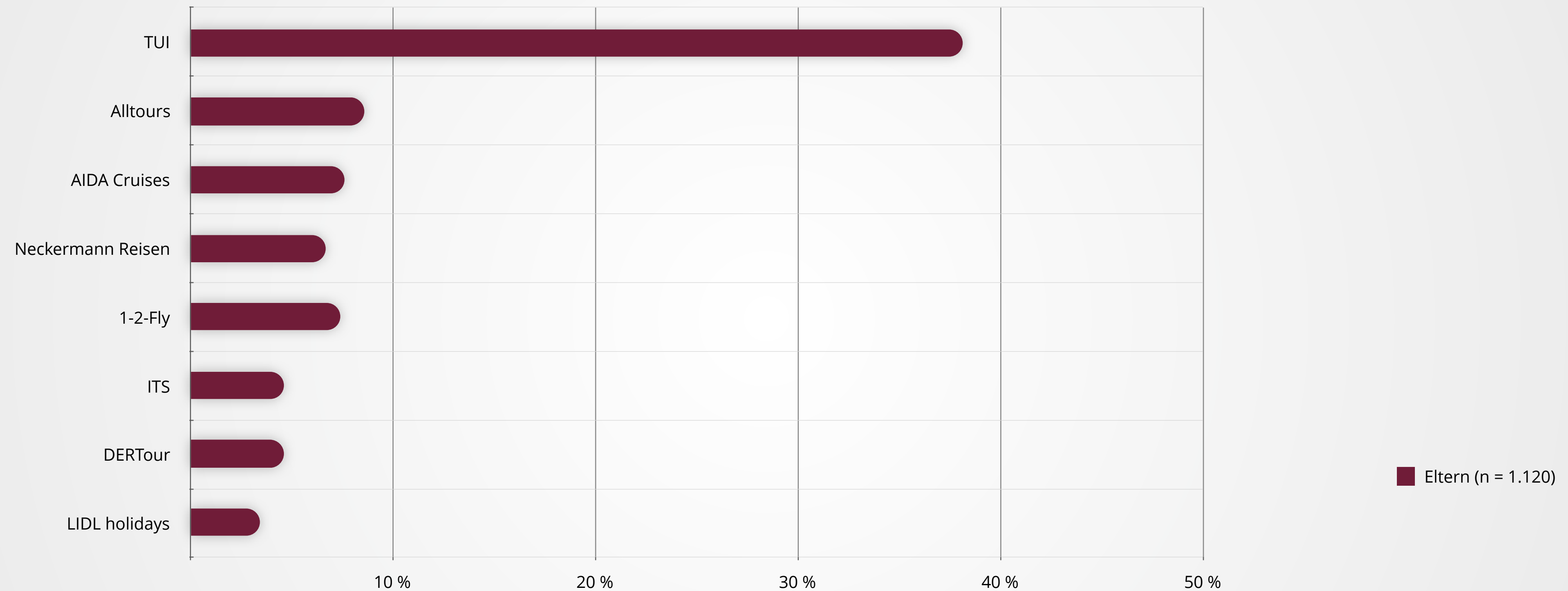
# Welche Reiseveranstaltermarken findest du „sehr gut“?



Bei TUI, Alltours und LIDL Holidays ist man sich in der Familie fast einig.



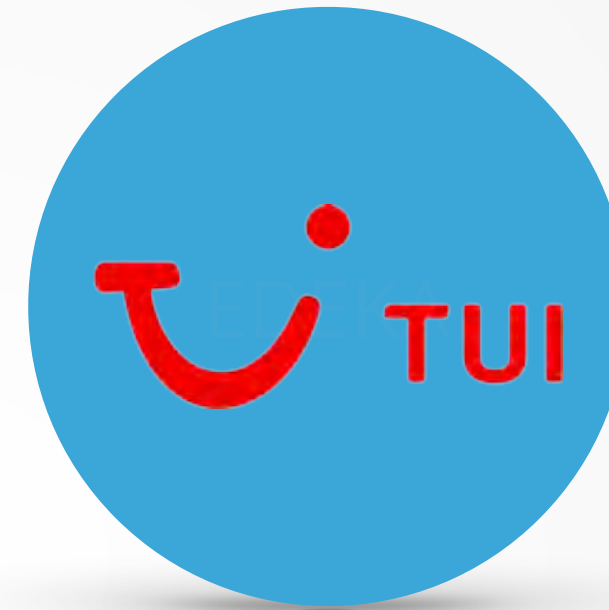
Stelle dir vor, du würdest mit deiner Familie eine Haupturlaubsreise buchen wollen und alle dir bekannten Reiseveranstalter hätten noch Kapazitäten an deinem bevorzugten Urlaubsziel frei. Welcher Reiseveranstalter wäre für dich erste Wahl?



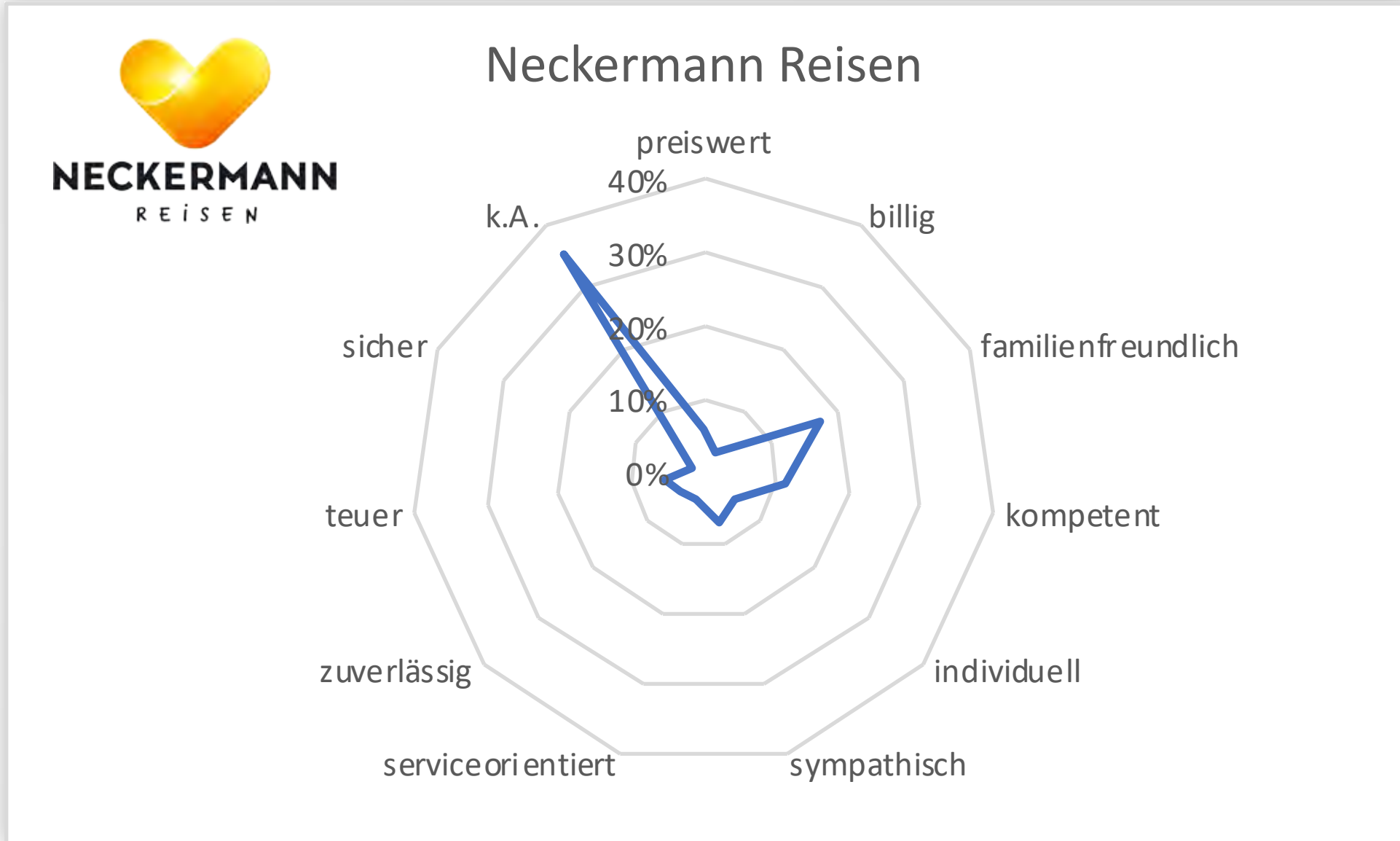
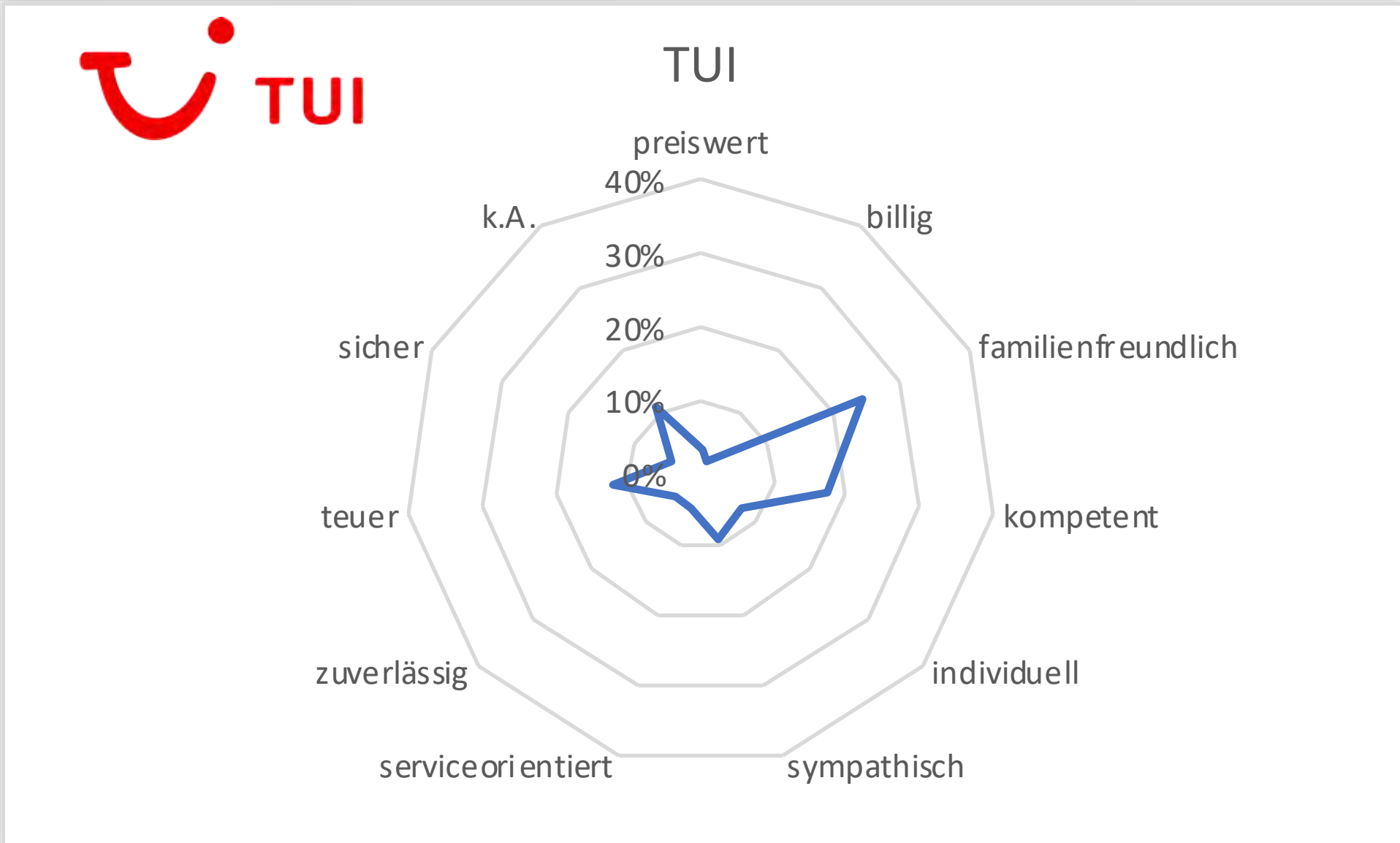
Die höchsten Präferenzwert bei Eltern erreicht die TUI.



# Die vier familienfreundlichsten Reiseveranstaltermarken



# Ordne jeder Marke eine Eigenschaft zu, die diese am besten verkörpert



Während TUI im Eigenschaftsprofil in der Wahrnehmung der Eltern noch die Eigenschaft „familienfreundlich“ herausbilden kann, ist das Imageprofil bei der ebenfalls sehr bekannten Marke Neckermann diffus.



## Teil IV: Pharma





Welche Marken im Bereich Pharma fallen dir auf  
Anhieb ein?

Ratiopharm

Hexal  
Bayer  
Aspirin  
Paracetamol  
Merck  
Pfizer  
Novartis  
Roche  
Acc  
Boehringer  
DHE  
Weleda  
Nurofen  
Voltaren  
Ibuprofen  
Wick  
Stada





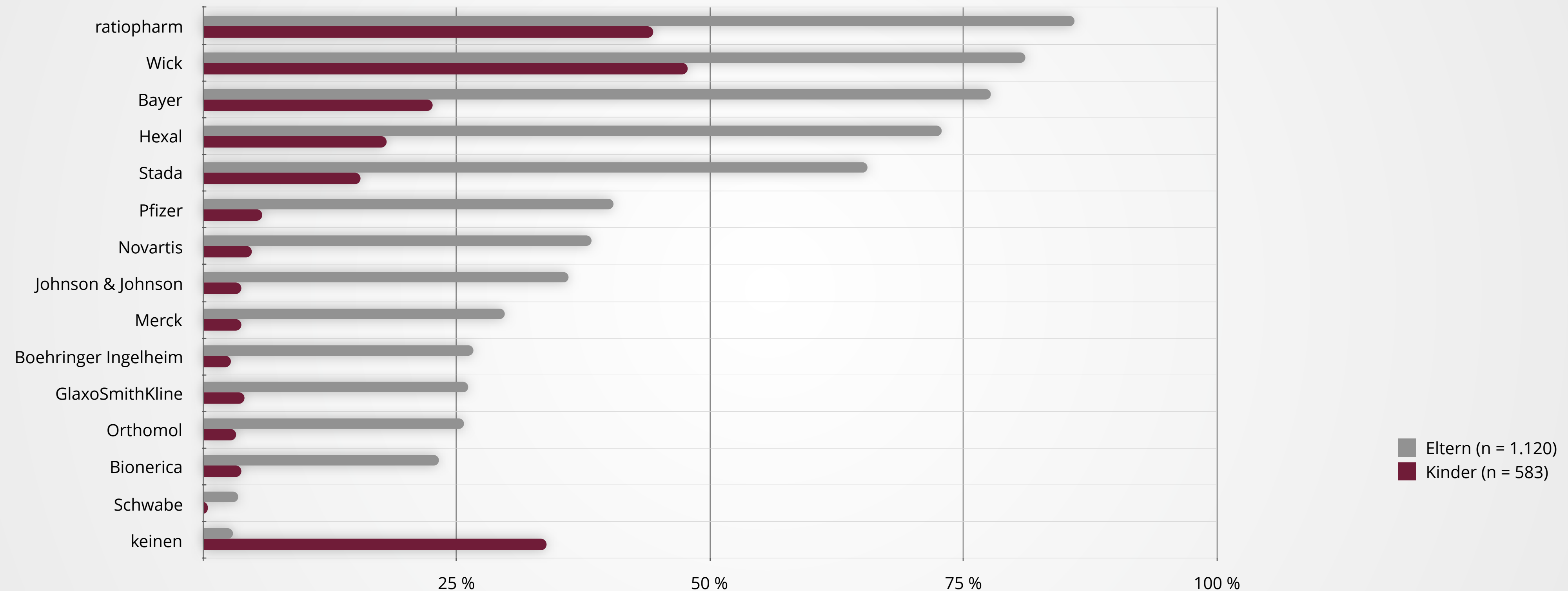
Welche Marken im Bereich Pharma fallen dir auf  
Anhieb ein?

Ratiopharm

A word cloud of various pharmaceutical brands is centered over the word 'Ratiopharm'. The brands include: Paracetamol, Aspirin, Hustensaft, Ibuprofen, Wick, Bayer, Hexal, Stada, Umkolabao, Totessept, Heel, Merck, spalt, Weiss, Nurofen, and Prospar.



# Welche dieser Arzneimittelhersteller kennst du?

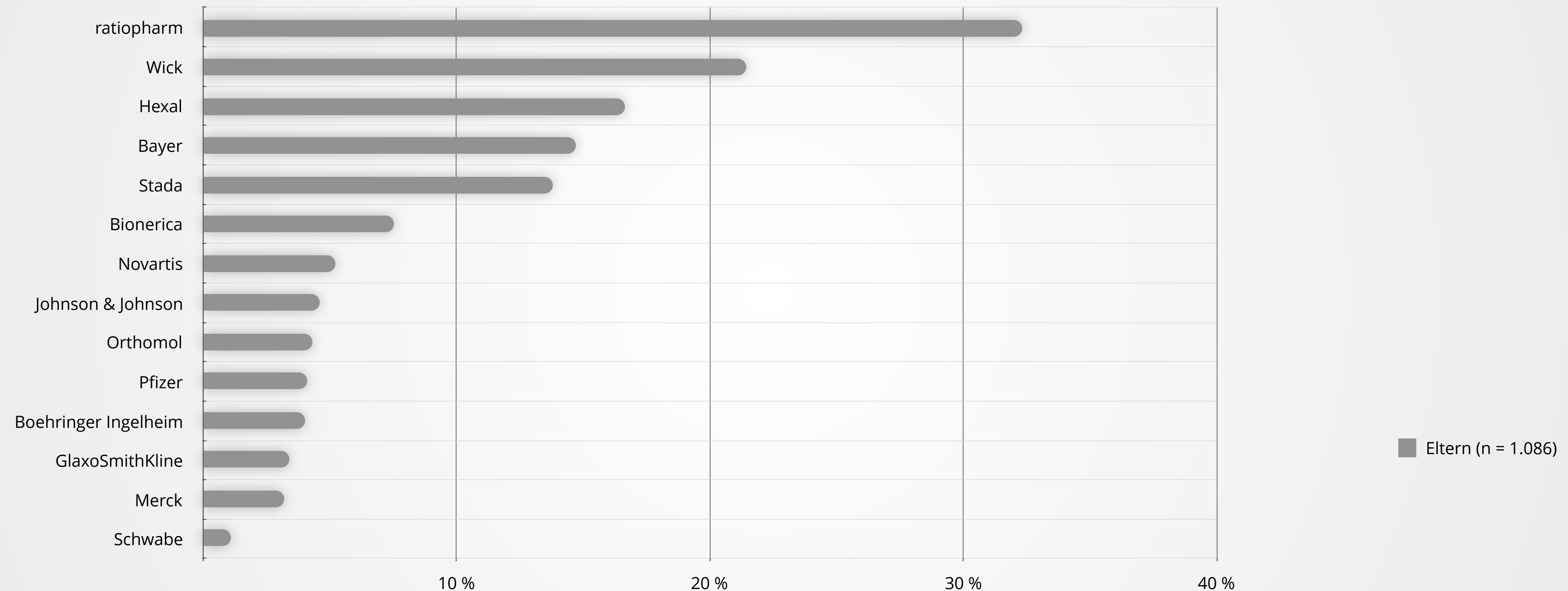


Fünf der abgefragten Arzneimittelhersteller erreichen eine gestützte Bekanntheit von > 50% bei den Eltern.





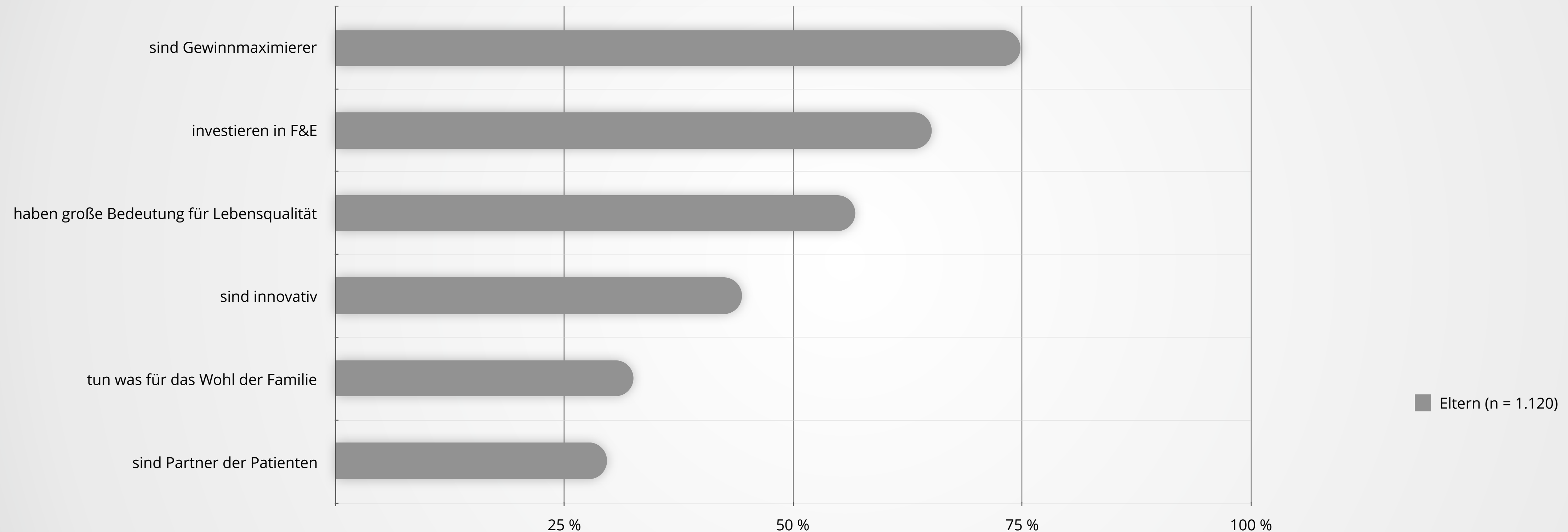
# Wie hoch ist der Anteil der Eltern, die diese Marken „sehr gut“ finden?



Auch bei der gestützten Abfrage kann Ratiopharm überzeugen.



# Wie sehr stimmst du folgenden Aussagen zu? Arzneimittelhersteller ...

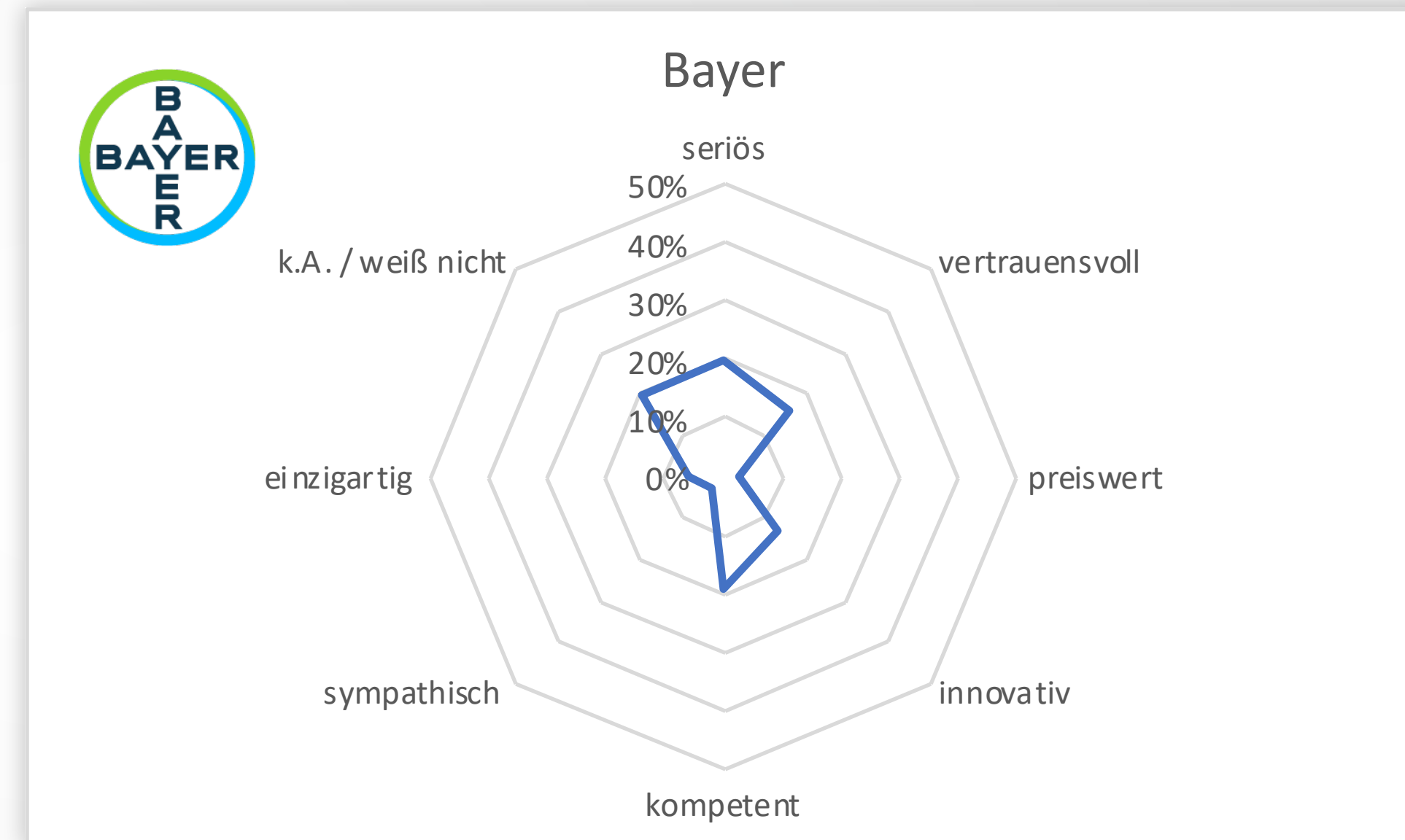
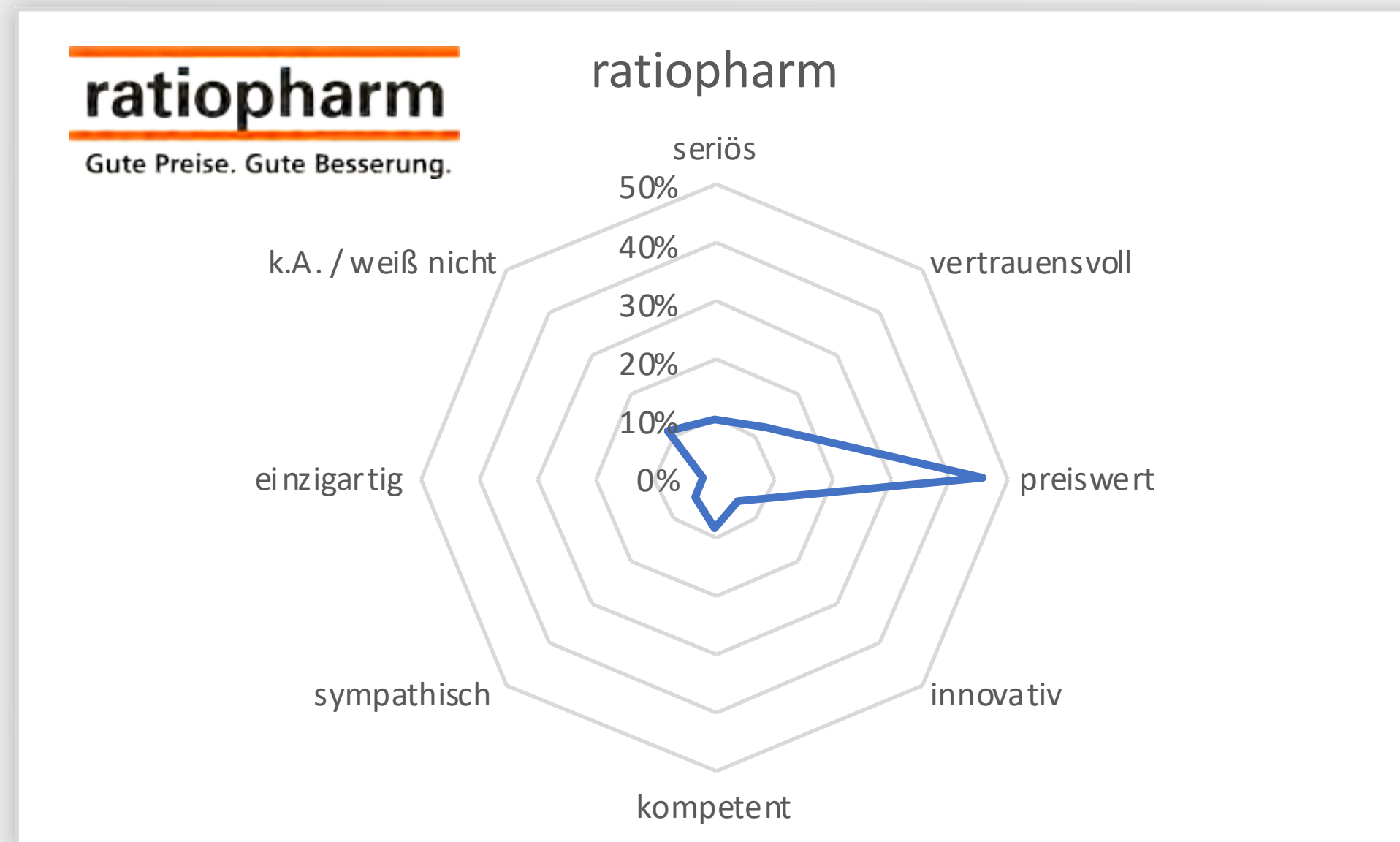


Das Image der Arzneimittelhersteller ist weniger das der Partner der Patienten oder Familien. Sie werden von fast 75% der befragten Eltern als Gewinnmaximierer eingestuft.





# Ordne jeder Marke eine Eigenschaft zu, die diese am besten verkörpert.



Der „Liebling“ Ratiopharm kann ein klares Eigenschaftsprofil vorweisen. Bayer überzeugt im niedrigen Bereich mit kompetenter Seriosität, schafft hier aber keine klaren Akzente zu setzen.



# ZIELGRUPPENVERSTEHER



FAMILY MARKETING EXPERTS

Ihr Zielgruppenversther  
und Ansprechpartner  
rund um das Thema Marktforschung:



**André Schulz**

Geschäftsführer

+49 40 767 94 50-11

[andre.schulz@KBundB.de](mailto:andre.schulz@KBundB.de)

**KB&B - The Kids Group GmbH & Co. KG**

Schellerdamm 16

21079 Hamburg

[www.kbundb.de](http://www.kbundb.de)