

Pressemitteilung

Zwischen Nostalgie und Inklusion: Neue Studie von Appinio untersucht Bedeutung von Spielzeug und zeigt aktuelle Trends

Hamburg, 16. August 2023 – Spätestens durch den neuen [Barbie-Film](#) wird allen Zuschauenden der Einfluss von Spielzeug auf unser Weltbild und die Bildung von Werten im Kindesalter vor Augen geführt. Ob Puppen, Videospiele oder Puzzle – Spielzeuge sind in den meisten deutschen Kinderzimmern zuhauf vertreten. Dabei machen sie Spaß, fördern Lernprozesse und soziale Fähigkeiten. Welche Spielzeuge sind beliebt? Und welche Rolle spielt das Geschlecht bei der Wahl des Spielzeugs? Die globale Marktforschungsplattform Appinio hat 1.000 Deutsche national repräsentativ (quotiert nach Alter und Geschlecht) befragt und wirft in dem Hype Train #8 mit Sarah Gstrein, Global Product Director bei tonies®, einen Blick auf aktuelle Spielzeug-Trends.

- 47 Prozent geben an, dass es Spielzeug in der Familie gibt, das von Generation zu Generation weitergereicht wird.
- 63 Prozent ist es (eher) wichtig, dass Kinder mit Spielzeug spielen, das zu ihrem Geschlecht passt. Vor allem Männern ist dies (sehr) wichtig.
- 64 Prozent stimmen (eher bis voll und ganz) zu, dass Spielzeug einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Diversität hat.

Welches Spielzeug für Kinder gekauft wird, hängt vom Geschlecht ab

Puzzle und Denkspiele sind mit 56 Prozent die beliebtesten Spiele für Kinder. Dabei entscheidet vor allem das Geschlecht, welche Spielzeuge für Kinder gekauft werden. Während Frauen eher zu Kreativ- und Bastelspielzeug (59 vs. 44 Prozent der Männer) oder Kuscheltieren greifen (55 vs. 46 Prozent der Männer), bevorzugen Männer eher elektronische Geräte und Videospiele (48 vs. 37 Prozent der Frauen) oder Fahrzeuge und Modellspielzeug (43 vs. 33 Prozent der Frauen). Entscheidend ist jedoch auch, mit welchem Spielzeug das Kind spielen möchte: 63 Prozent fragen das Kind, was es sich wünscht. Auch Spielzeuggeschäfte dienen als Inspiration (50 Prozent) oder die Online-Recherche (47 Prozent). Dabei setzen Frauen grundsätzlich häufiger auf die

Empfehlung von Freunden oder Familienmitgliedern, wenn es um die Geschenkwahl geht (49 vs. 41 Prozent der Männern).

Verhältnis von Geschlechterrollen, Spielzeug und Diversität

Mädchen spielen mit Puppen, Jungen mit Autos – oder? Inwiefern entscheidet heute noch das Geschlecht, welches Spielzeug zur Verfügung steht? 63 Prozent der Befragten geben an, dass es ihnen eher bis sehr wichtig ist, dass Kinder mit Spielzeugen spielen, die zu ihrem Geschlecht passen. Vor allem Männern ist dies (sehr) wichtig (50 vs. 30 Prozent der Frauen). Doch: Gerade Teilnehmende mit ausschließlich Töchtern stimmen häufiger der Aussage zu, dass es (eher) unwichtig ist, dass Kinder mit Spielzeugen spielen, die zu ihrem Geschlecht passen.

Welche Rolle kommt dabei den Spielzeugen zu? Hat die Art des Spielzeugs einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Geschlechterrollen und Diversität? 64 Prozent der Befragten stimmen (eher bis voll und ganz) zu, dass Spielzeug einen Einfluss auf das gesellschaftliche Bild von Diversität, wie zum Beispiel die Wahrnehmung von Geschlechterrollen oder Hautfarbe, hat. Dabei ist sich ein Großteil einig: Mit Spielzeug soll sowohl die emotionale Entwicklung als auch die kognitive Entwicklung des Kindes gleichermaßen gefördert werden (jeweils 85 Prozent stimmen eher bis voll und ganz zu). 68 Prozent der Befragten stimmen (eher bis voll und ganz) zu, dass Spielzeuge heute ausreichend Diversität repräsentieren.

“Kinder interagieren mit Spielzeugen auf vielfältige Weise. Dabei steht vor allem Spaß im Vordergrund. Doch Spielzeug ist noch so viel mehr. Spielen kann die kognitiven, sozialen und motorischen Fähigkeiten fördern, Lernprozesse und Kreativität unterstützen und die Werte von Kindern nachhaltig prägen. Gerade deshalb ist es wichtig, Spielzeug zu entwickeln, das Kinder gezielt in ihrer Entwicklung fördert und Diversität und Inklusion berücksichtigt“, sagt Sarah Gstrein, Global Product Director bei tonies®.

—

Künstliche Intelligenz, “Smart” Toys und mitwachsendes Spielzeug: Die Studie von Appinio wirft **mit Sarah Gstrein von Tonies** einen Blick auf aktuelle Spielzeug-Hypes. Außerdem in dem Report enthalten: Spielen im Erwachsenenalter.

Hier geht es zum vollständigen [Hype Train #8](#)

Zu den Studienergebnissen im Appinio Dashboard geht es [hier](#).

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130