



Spielzeug

Appinio Hype Train • August 2023



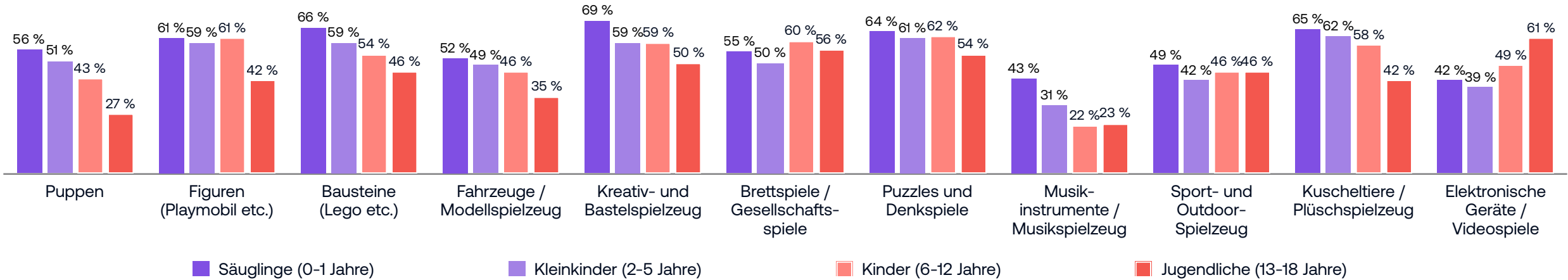
mit Sarah Gstrein

Global Product Director
bei tonies®

Hype Train | Spielzeuge für Kinder

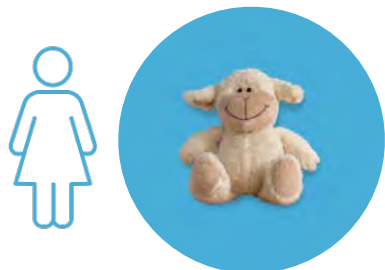
Puzzle und Denkspiele sind die beliebtesten Spielzeuge für Kinder (56 %).

„Was für Spielzeuge kaufst du normalerweise für deine Kinder/Patenkinder, etc.?“ (N=838, Teilnehmende die Spielzeuge für Kinder kaufen, Mehrfachauswahl)




Frauen und Männer unterscheiden sich in ihrer Wahl der Spielzeuge:

„Was für Spielzeuge kaufst du normalerweise für deine Kinder/Patenkinder, etc.?“ (N=838, Teilnehmende die Spielzeuge für Kinder kaufen, Mehrfachauswahl)



Frauen kaufen häufiger:

- Kreativ- und Bastelspielzeug (59 % vs. 44 %)
- Kuscheltiere und Plüschtiere (55 % vs. 46 %)



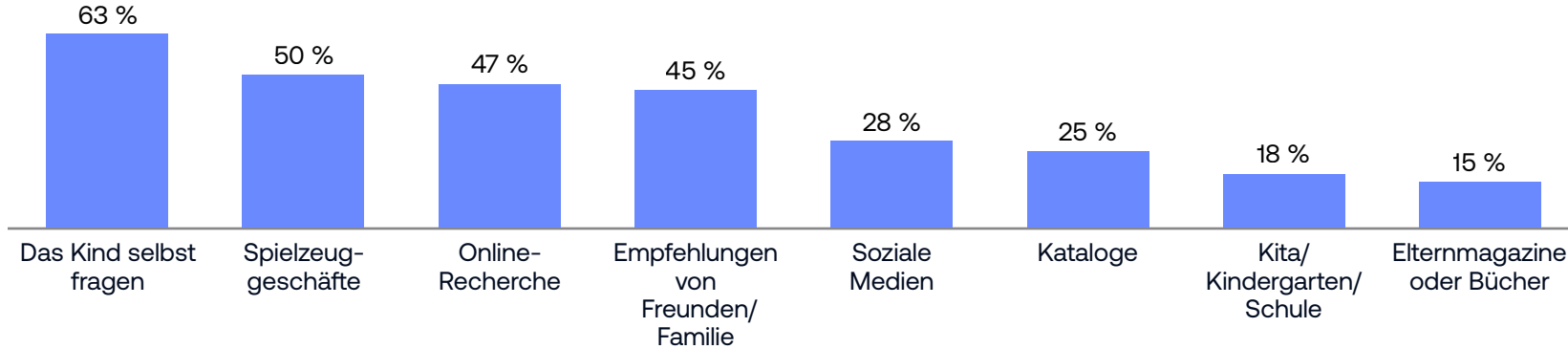
Männer kaufen häufiger:

- elektronische Geräte und Videospiele (48 % vs. 37 %)
- Fahrzeuge und Modellspielzeug (43 % vs. 33 %).

Hype Train | Inspiration für das perfekte Geschenk

63 Prozent fragen das Kind, welches Geschenk es gerne möchte.

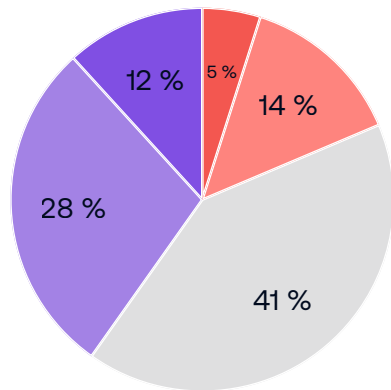
„Wo informierst/inspirierst du dich, wenn es um Geschenke für Kinder geht?“ (N=838, Teilnehmende die Geschenke für Kinder kaufen, Mehrfachauswahl)



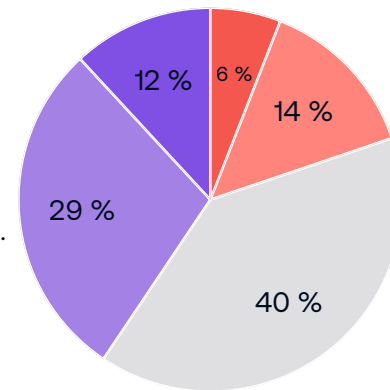
Ein Spielzeug im Fernsehen oder bei Freunden gesehen - oft kommt es zu den folgenden Situationen:

„Wie oft tritt das folgende Szenario ein?“ (N = 652, Teilnehmende die Kinder haben, Mehrfachauswahl)

Deine Kinder wollen ein spezifisches Spielzeug, das sie bei anderen (z.B. Freunden) gesehen haben.



Kinder wollen ein spezifisches Spielzeug, das sie im Fernsehen oder online gesehen haben.



● Nie ● Selten ● Manchmal ● Oft ● Ständig

Weitere Insights aus dem Dashboard:

Freunde und Familie als Geschenk-Ratgeber

Frauen setzen häufiger auf die Empfehlung von Freunden oder Familienmitgliedern als Männer, wenn es um die Geschenke-Wahl geht (49 % vs. 41 %).

Hier zu diesem Insight im Dashboard



Wo werden Geschenke gekauft?

Hauptsächlich online: 76 % suchen nach dem perfekten Geschenk online.

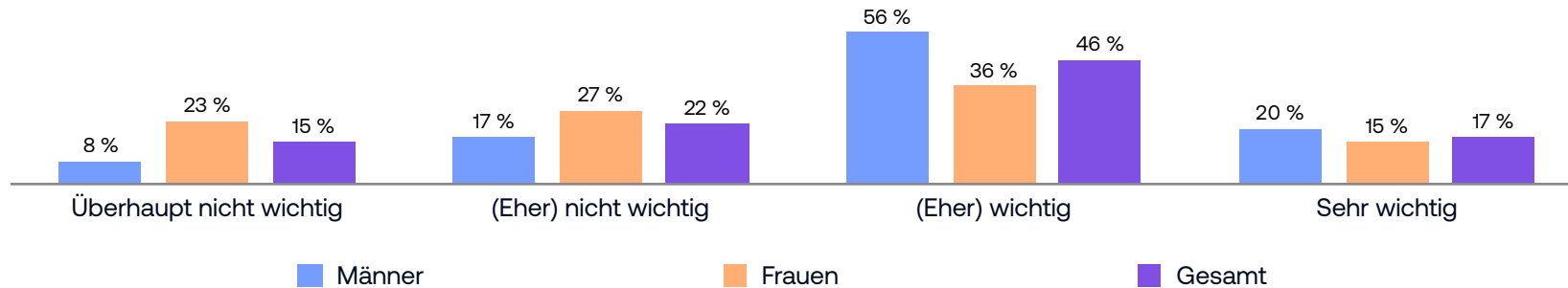
Hier zu diesem Insight im Dashboard



Hype Train | Geschlechterspezifisches Spielzeug

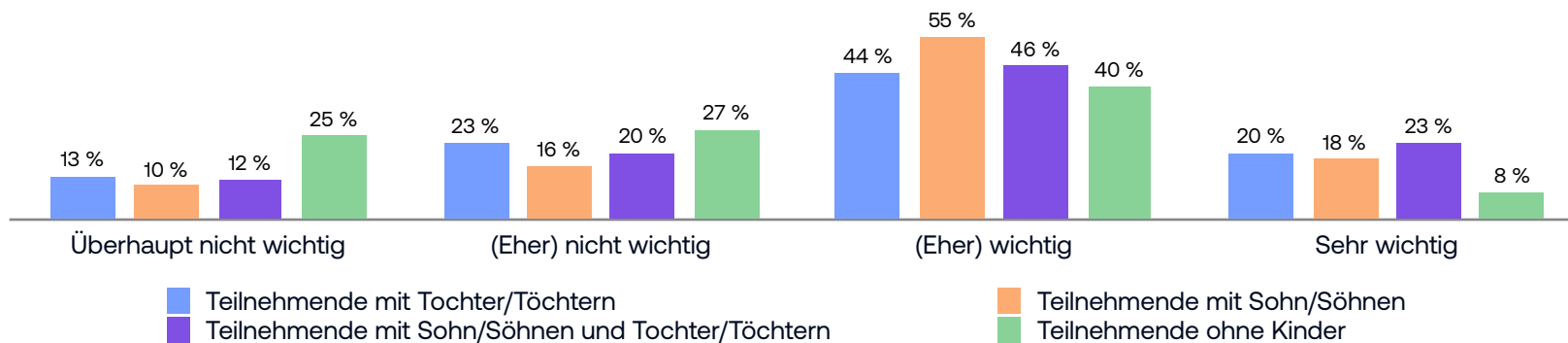
63 % ist es eher bis sehr wichtig, dass Kinder mit Spielzeug spielen, die zum Geschlecht passen.

„Wie wichtig ist es dir, das Kinder mit Spielzeugen spielen, die zum Geschlecht des Kindes passen?“ (N=838, Teilnehmende die Spielzeuge für Kinder kaufen, Mehrfachauswahl)*



Teilnehmende mit Töchtern stimmen häufiger der Aussage zu, dass es unwichtig ist, dass Kinder mit Spielzeugen spielen, die zu ihrem Geschlecht passen:

„Wie wichtig ist es dir, das Kinder mit Spielzeugen spielen, die zum Geschlecht des Kindes passen?“ (N=838, Teilnehmende, die Spielzeuge für Kinder kaufen, Mehrfachauswahl)*



Weitere Insights aus dem Dashboard:

Geschlechterspezifische Spielzeuge

Für Männer ist es (sehr) wichtig, dass Kinder mit Spielzeugen spielen, die zu ihrem Geschlecht passen (50 % vs. 30 % der Frauen - TOP 2).

Hier zu diesem Insight im Dashboard



Spielzeug und Diversität

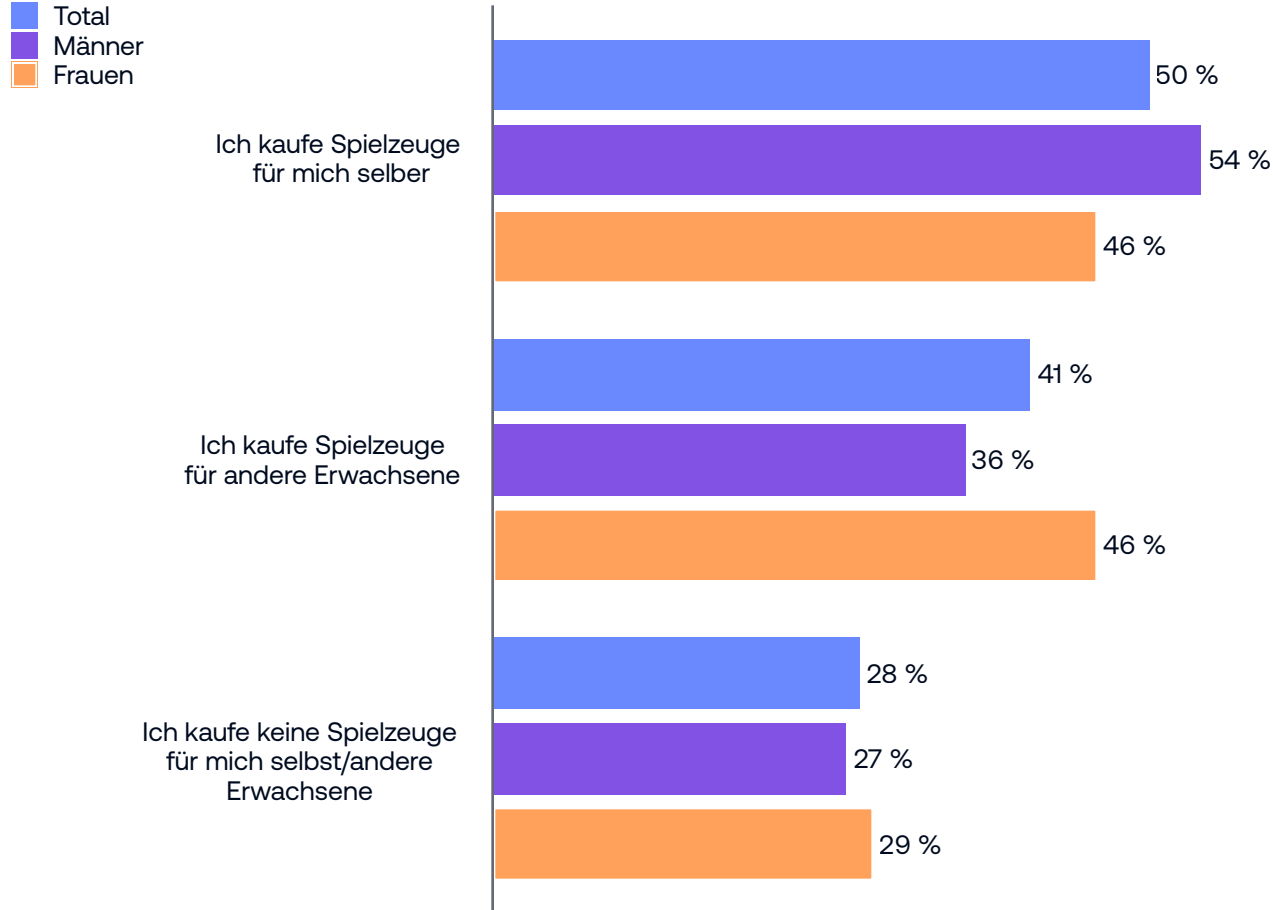
33 % stimmen (voll und ganz - TOP 2) zu, dass Spielzeug einen Einfluss auf das gesellschaftliche Bild von Diversität (Geschlechterrollen, Hautfarbe etc.) haben.

Hier zu diesem Insight im Dashboard



Jeder zweite Erwachsene kauft Spielzeug für sich selbst.

„Kaufst du als erwachsene Person Spielzeug für dich selbst / andere Erwachsene?“ (N = 1000, Mehrfachauswahl) // „Welche Arten von Spielzeug kaufst du bevorzugt für dich selbst?“ (N = 721, Erwachsene die Spielzeug für sich selbst kaufen, Mehrfachauswahl)



Spielzeug, das Erwachsene sich selber kaufen

Top 3



Brettspiele und Gesellschaftsspiele (50%)



Elektronische Geräte und Videospiele (42 %)



Puzzle/Denkspiele (39 %)

Gründe, Spielzeug für sich selbst zu kaufen

Top 3



Unterhaltung (71 %)



Hobby oder Sammelleidenschaft (47 %)



Stressabbau (46 %)

47%

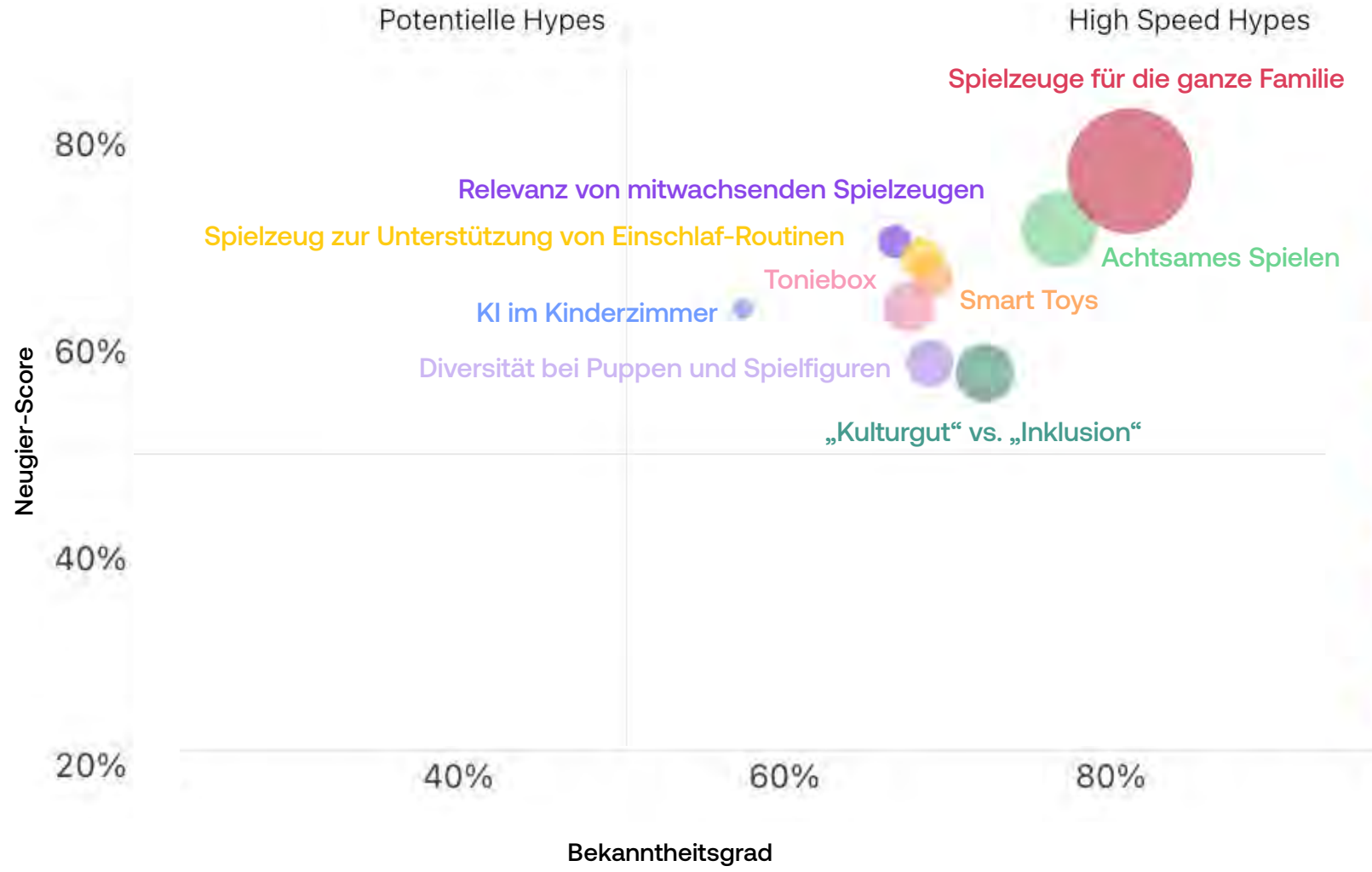
geben an, dass es Spielzeug in der Familie gibt, welches von Generation zu Generation weitergereicht wird.

appinio

Hype Tracker

Sarah Gstrein





Bekanntheitsgrad
 Prozent der Befragten, die mindestens einmal von dem Hype gehört haben.

Neugier-Score
 Prozent der Befragten, die mindestens einmal von dem Hype gehört haben und sagen: „Finde ich (eher) interessant“.

Appinio Buzz (Größe der Bubble)
 Verhältnis zwischen Befragten, die in letzter Zeit oft/ständig von einem bestimmten Hype gehört haben, und denen, die noch nie davon gehört haben. Je größer die Blase desto größer der Buzz.



Hype Expertin

Sarah Gstrein

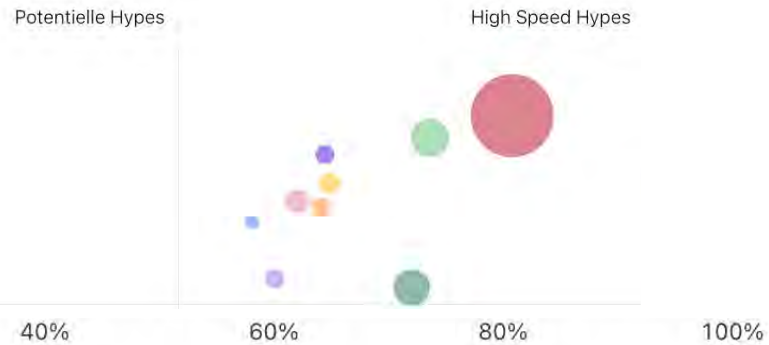
Sarah ist Global Product Director bei tonies®. Als studierte Psychologin hat Sarah sich mit voller Leidenschaft für eine Karriere in der Produktentwicklung entschieden, mit Fokus auf einem starken "Warum". Mit tonies® hat sie sich auf den Weg begeben, Kinderaugen strahlen zu lassen und die Kreativität zu fördern, indem sie magische Abenteuer in einer kleinen spielerischen Box anbietet.

02 Hype Tracker | Die Hypes im Vergleich

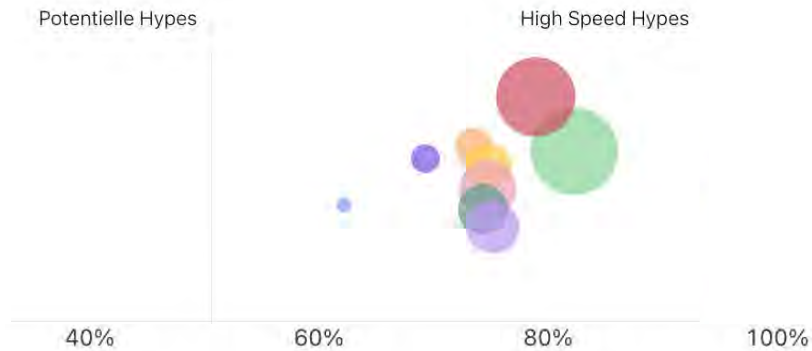
Zum Dashboard



Gesamt, 55- bis 65-Jährige



Gesamt, 25- bis 35-Jährige



- „Smart“ Toys
- Spielzeug zur Unterstützung von Einschlaf-Routinen
- Achtsames Spielen bei Kindern und Erwachsenen
- KI im Kinderzimmer

- Spielzeuge für die ganze Familie
- Toniebox
- Relevanz von mitwachsenden Spielzeugen
- Diversität bei Puppen und Spielfiguren
- „Kulturgut“ vs. „Inklusion“

Insights

„Kulturgut“ vs. „Inklusion“

ist für die jüngere Generation ein besonders großer Hype und sehr viel präsenter als in älteren Generationen.

Super-Hype: Spielzeug für die ganze Familie

Über alle Generationen hinweg werden Spielzeuge für die ganze Familie wie z.B. Gesellschaftsspiele gehyped.

02 Hype Tracker | Die Hypes im Vergleich

Zum Dashboard



Insights

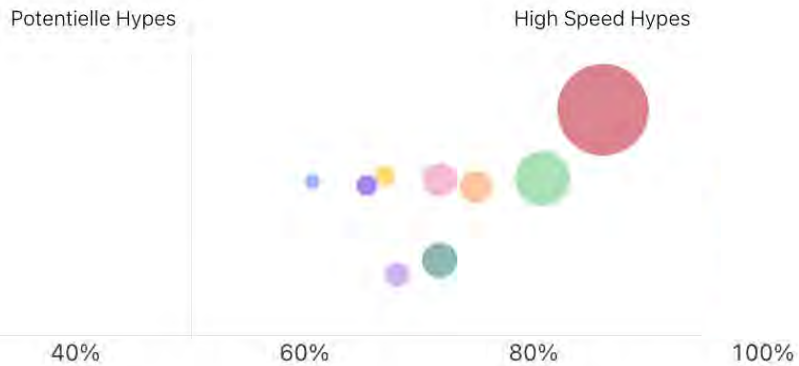
Relevanz von mitwachsenden Spielzeugen

erzeugt größere Neugier bei Frauen als bei Männern.

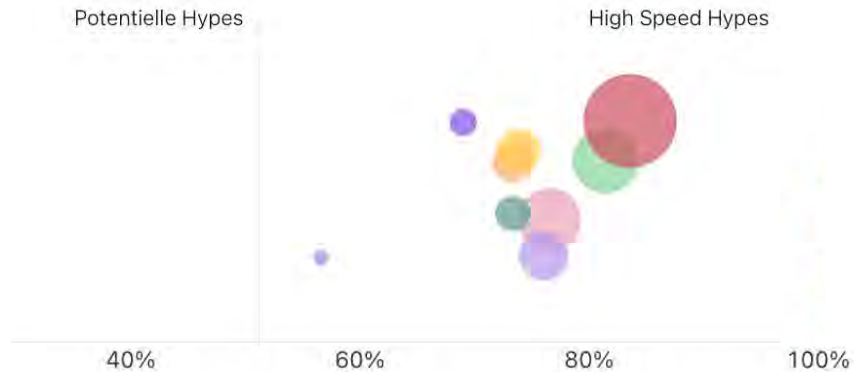
Diversität bei Puppen und Spielfiguren:

Frauen im Alter zwischen 30 und 40 Jahren haben schon häufiger von Diversität bei Puppen und Spielfiguren gehört als Männer in dieser Altersklasse.

Männer, 30- bis 45-Jährige



Frauen, 30- bis 45-Jährige



- „Smart“ Toys
- Spielzeug zur Unterstützung von Einschlaf-Routinen
- Achtsames Spielen bei Kindern und Erwachsenen
- KI im Kinderzimmer

- Spielzeuge für die ganze Familie
- Toniebox
- Relevanz von mitwachsenden Spielzeugen
- Diversität bei Puppen und Spielfiguren
- „Kulturgut“ vs. „Inklusion“

02 Hype Tracker | Hypes kurz erklärt

KI im Kinderzimmer bezieht sich auf den Einsatz künstlicher Intelligenz in Spielzeugen oder Geräten, die für Kinder in ihrem Zimmer verwendet werden. Diese können interaktive Spielzeuge, Lernhilfen oder Sicherheits- und Überwachungsgeräte umfassen.

„**Smart**“ Toys sind Spielzeuge mit integrierter Technologie, die mit dem Kind interagieren. Sie ermöglichen es Kindern, mit dem Spielzeug auf vielfältige Weise zu interagieren. Dies kann durch Spracherkennung, Touchscreens oder Bewegungssensoren erfolgen. Das Spielzeug kann auf Befehle reagieren, Fragen beantworten, Geschichten erzählen oder Spiele spielen. Viele Smart Toys sind darauf ausgerichtet, Lerninhalte zu vermitteln und die Entwicklung von Kindern in verschiedenen Bereichen zu fördern.

Relevanz von mitwachsenden Spielzeugen bezieht sich auf die Bedeutung von Spielzeugen als Begleiter durch die Kindheit. Diese Spielzeuge können eine wichtige Rolle bei der Förderung von Lernen, kognitiver Entwicklung, Fantasie, sozialen Fähigkeiten und emotionaler Ausdrucksfähigkeit spielen.

Achtsames Spielen bei Kindern und Erwachsenen bedeutet, bewusst und aufmerksam zu spielen, sowie Übungen, die helfen zu Entspannen und zur Ruhe zu kommen. Es fördert die Konzentration und Kreativität und schafft eine emotionale Verbindung zum Spielzeug.

Spielzeuge für die ganze Familie (z.B. „Mensch ärgere dich nicht“ oder "Monopoly“) sind Spielzeuge, die darauf abzielen, Spaß und Unterhaltung für alle Familienmitglieder zu bieten. Diese Spielzeuge sind so konzipiert, dass sie von Kindern und Erwachsenen gleichermaßen genutzt und genossen werden können. Diese Spielzeuge können zum Beispiel Brettspiele, Puzzles, Kartenspiele, Outdoor-Spielzeug oder elektronische Spiele implizieren.

Spielzeug zur Unterstützung von Einschlaf-Routinen bezieht sich auf speziell gestaltete Spielzeuge, die entwickelt wurden, um Kindern beim Einschlafen zu helfen und eine beruhigende Schlafumgebung zu schaffen. Diese Art von Spielzeug ist darauf ausgerichtet, Entspannung und Komfort zu fördern und kann verschiedene Funktionen haben, die den Einschlafprozess erleichtern. Solche Spielzeuge können beispielsweise beruhigende Musik oder Klänge abspielen oder sanft leuchten.

Die Toniebox ist ein interaktives Audiosystem. Es handelt sich um eine kastenförmige, robuste und kinderfreundliche Musikbox, die mit magnetischen Figuren, sogenannten "Tonies", interagiert. Diese Spielzeuge werden gezielt eingesetzt, um Lernprozesse zu fördern, soziale Fähigkeiten zu entwickeln, kognitive Fähigkeiten zu stärken und emotionales Wachstum zu unterstützen.

„**Kulturgut**“ vs. „**Inklusion**“ (**Ändern von rassistischer und diskriminierender Sprache in Kinderbuch-Klassikern**) bezieht sich auf die Überarbeitung oder Modifikation der klassischen Kinderbüchern, in Hinblick auf die damals verwendete diskriminierende Sprache. Ziel ist es, die Wertvorstellungen von heute, in die alten Werke einzuarbeiten, ohne jedoch den ursprünglichen Charme und die Essenz der Geschichte zu verlieren.

Diversität bei Puppen und Spielfiguren bezieht sich auf die bewusste Einbeziehung von Vielfalt und Repräsentation verschiedener ethnischer, kultureller, sozialer und physischer Merkmale in der Gestaltung und Produktion von Puppen und Spielfiguren. Dies bedeutet, dass diese nicht nur in Bezug auf Aussehen, Hautfarbe und Haartyp, sondern auch hinsichtlich ihrer kulturellen Hintergründe und Fähigkeiten divers gestaltet werden.



Constanze Schumann-Plekat

Team Lead Marketing DACH

constanze.schumannplekat@appinio.com

Methode

- Mobile Fragebögen, ausgespielt über die Appinio-App
- Die Befragungen erfolgten vom 03.08.2023 bis 04.08.2023
- Daten können immer unter research.appinio.com eingesehen werden
- Erhebungsland Deutschland

Stichprobe

1000

Teilnehmende

41

Durchschnittsalter

National repräsentativ – quotiert nach Alter & Geschlecht, Zensus 2011 – Zum Dashboard: [Hier](#)

Stichprobenzusammensetzung

