



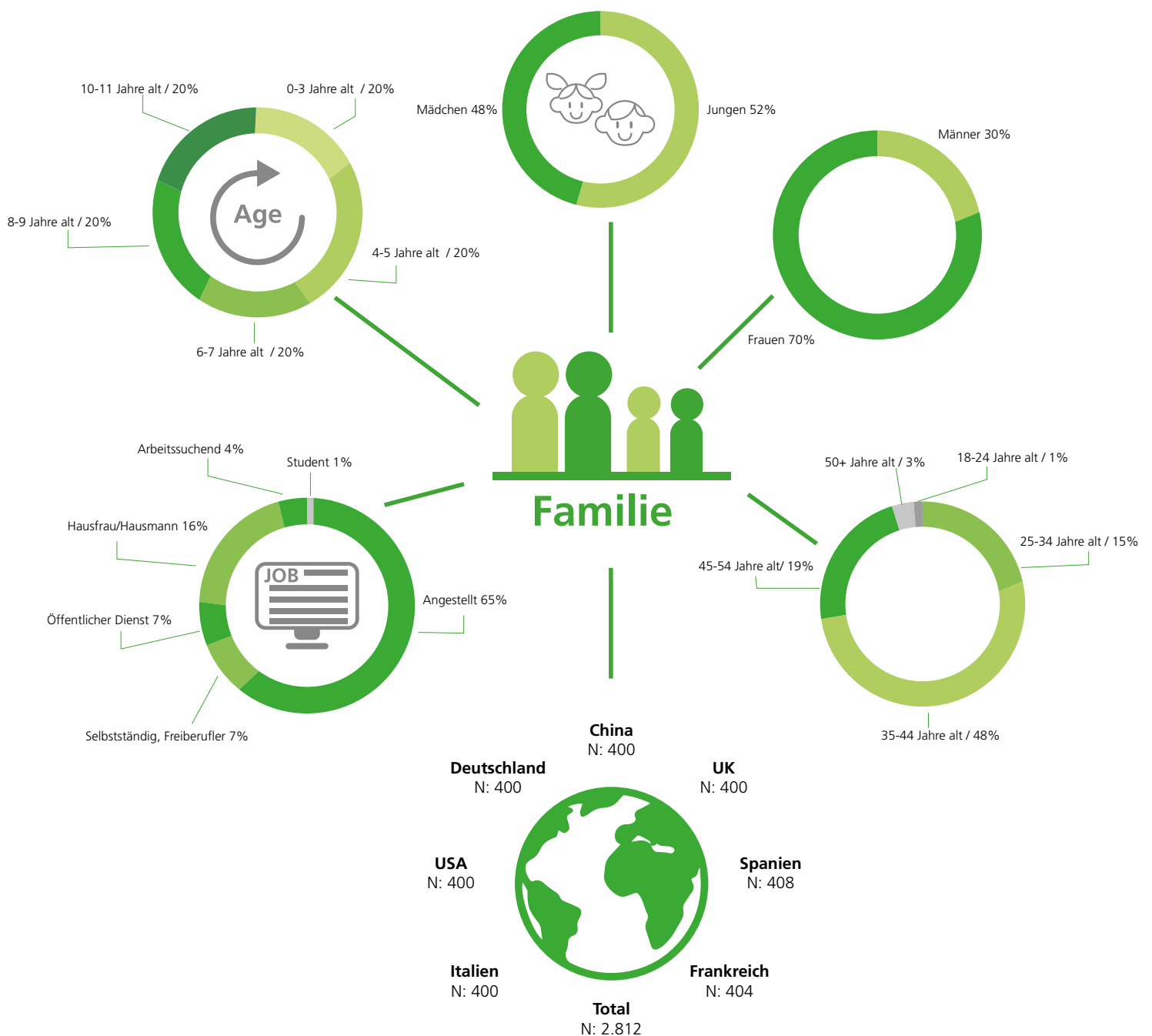
Wahrnehmung der Verbraucher von nachhaltigem Spielzeug

Ziel:

Einholung von Verbraucherinformationen über das Kaufverhalten in Bezug auf nachhaltige Spielzeuge

Aufbau der Studie

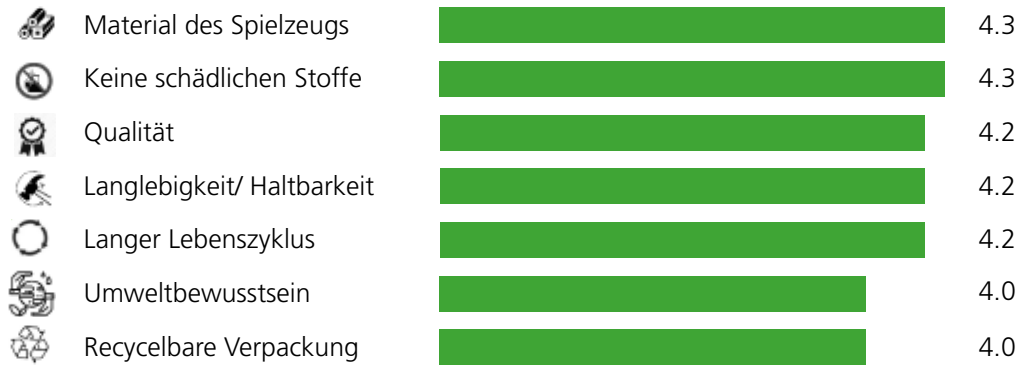
Teilnehmende Familien mit Kindern im Alter von 0 bis 11 Jahren.



Konzept der Nachhaltigkeit

Was assoziieren die Verbraucher mit nachhaltigem Spielzeug?

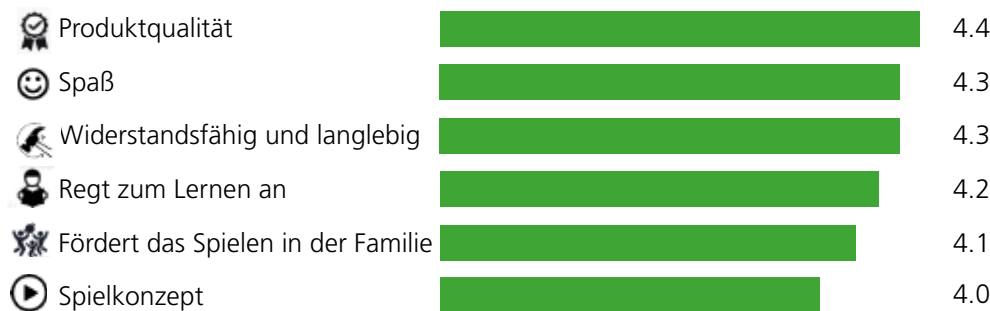
1 – Stimme überhaupt nicht zu
5 – Stimme voll und ganz zu



Kaufkriterien

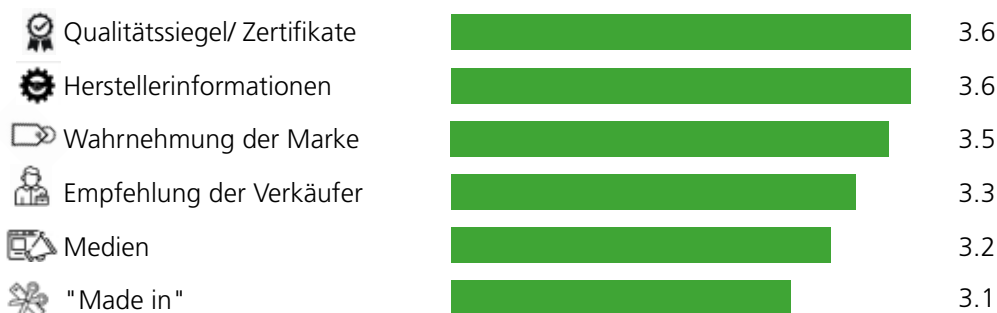
Was ist beim Kauf von Spielzeug wichtig?

1 – Überhaupt nicht wichtig
5 – Sehr wichtig



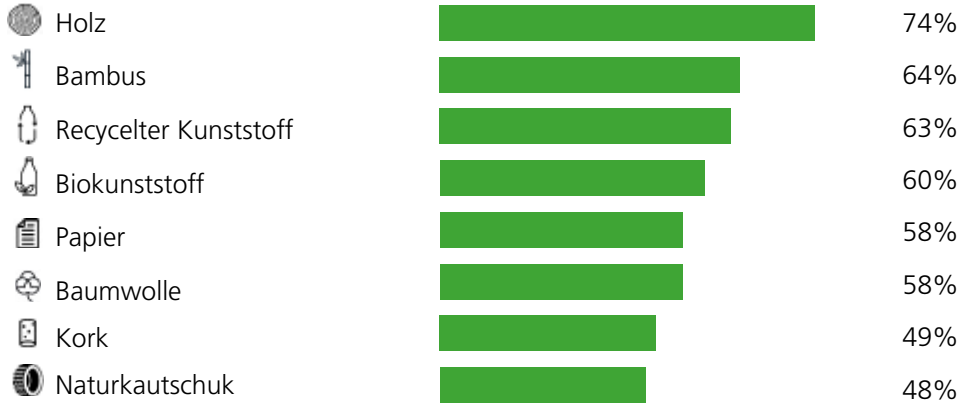
Welchen Informationen vertrauen die Verbraucher?

1 – Stimme überhaupt nicht zu
5 – Stimme voll und ganz zu



Materialien

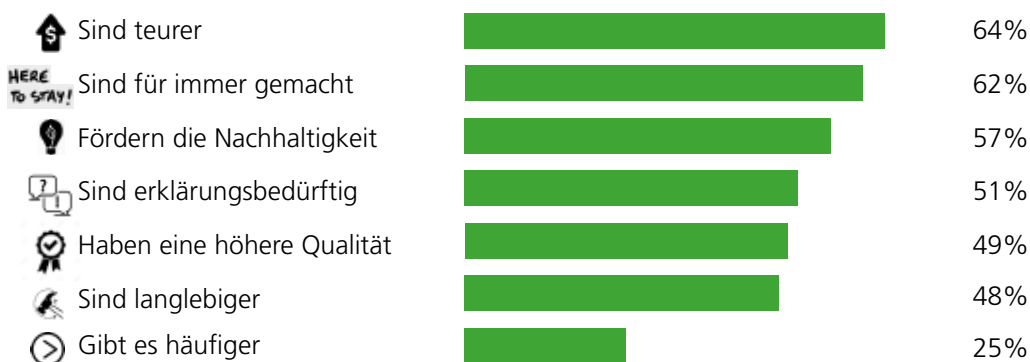
Welche Materialien, die für Spielzeug verwendet werden, halten Verbraucher für nachhaltig?



Prozentsatz der Verbraucher, die diesen Werten zustimmen oder voll und ganz zustimmen.

Nachhaltigkeitswerte

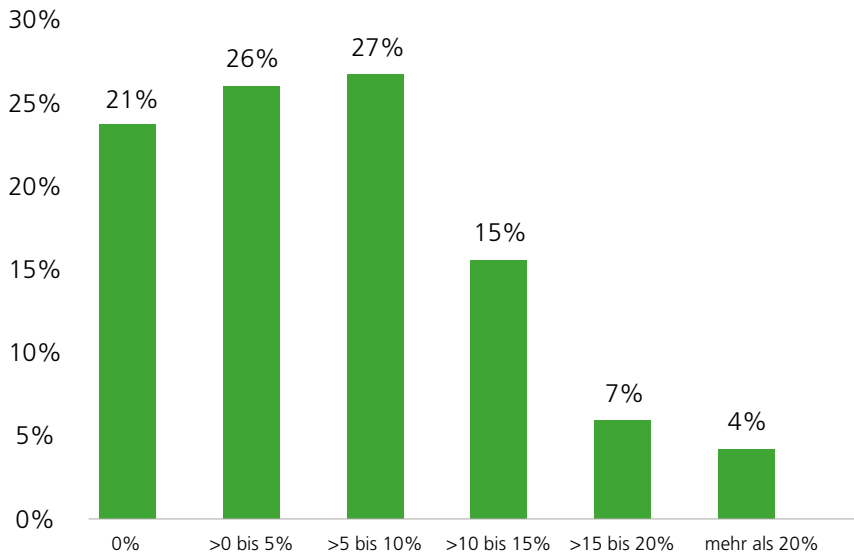
Inwieweit stimmen Verbraucher den folgenden Aussagen über nachhaltiges Spielzeug zu?



Prozentsatz der Verbraucher, die diesen Werten zustimmen oder voll und ganz zustimmen.

Preis

Beim Kauf eines Spielzeugs zum Preis von 100 €. Wie viel mehr wären die Verbraucher bereit zu zahlen, wenn das Spielzeug nachhaltig produziert worden wäre?



Erfahrung mit dem Produkt

69 % der Verbraucher haben beim Kauf von nachhaltigem Spielzeug positive Erfahrungen gemacht (und 27 % neutrale Erfahrungen).

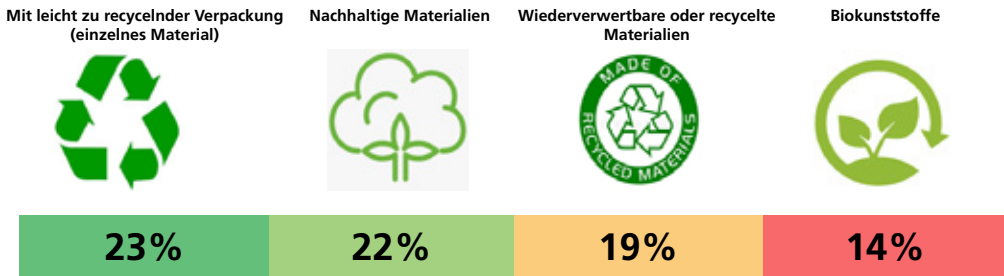
Diese positive Erfahrung wurde verbunden mit...



Prozentsatz der Verbraucher, die diesen Werten zustimmen oder voll und ganz zustimmen.

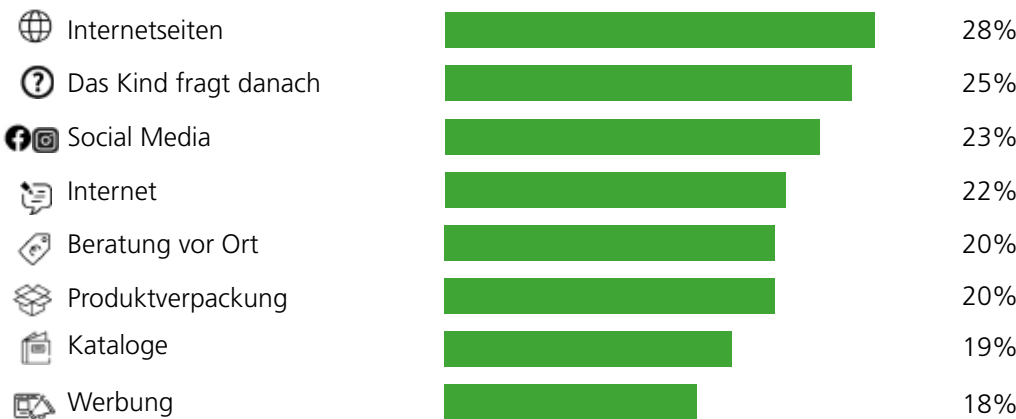
Kauferfahrung

Haben Kunden im letzten Jahr Spielzeug für ihr Kind gekauft, bestand dieses aus oder war verbunden mit...

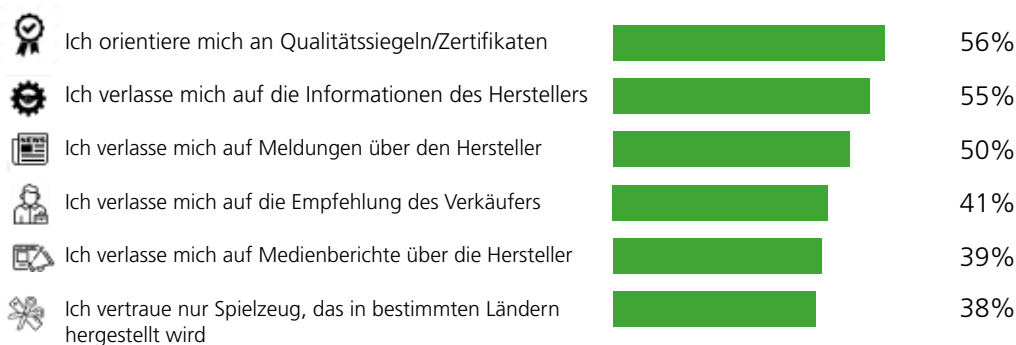


Wo informieren sich die Verbraucher?

Mehrfache Antworten möglich



Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen beim Kauf von nachhaltigem Spielzeug zu?



Prozentsatz der Verbraucher, die diesen Werten zustimmen oder voll und ganz zustimmen.

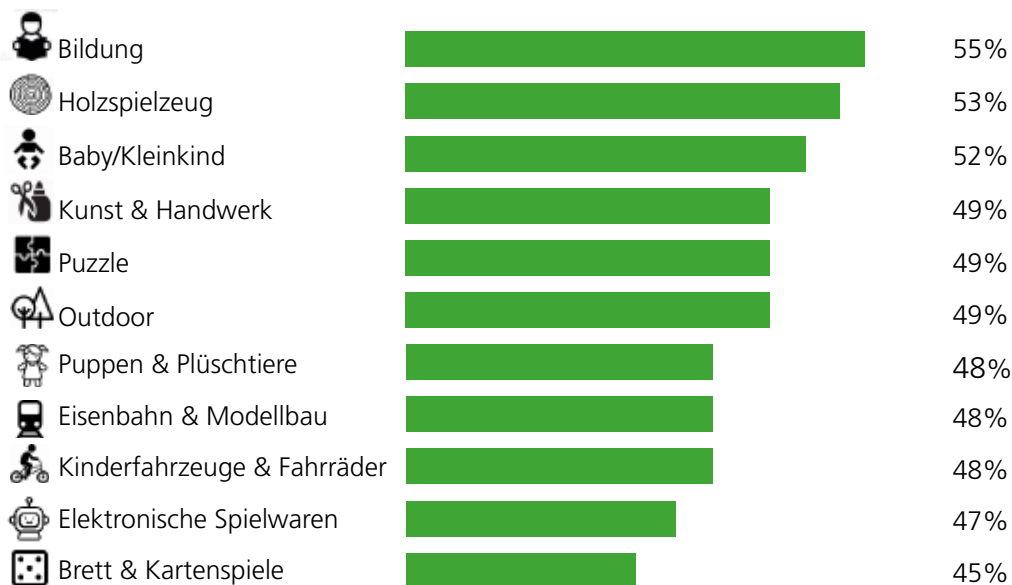
Käuferfahrung

Wie wichtig ist den Verbrauchern Nachhaltigkeit in den folgenden Produktkategorien?



Prozentsatz der Verbraucher, die diesen Werten zustimmen oder voll und ganz zustimmen.

In welchen Spielzeugkategorien ist es für die Verbraucher am wichtigsten, dass das Spielzeug nachhaltig ist?



Prozentsatz der Verbraucher, die diesen Werten zustimmen oder voll und ganz zustimmen.

Zusammenfassung

- Befragung von 2.800 Haushalten mit Kindern im Alter von 0 bis 11 Jahren. Durchgeführt wurde die Studie in Deutschland, Italien, Frankreich, China, Spanien, Großbritannien und den USA.
- Für eine Mehrheit der Interviewten zählen Spielsachen neben Kleidung und Nahrung zu den wichtigsten Kategorien, wenn es um Nachhaltigkeit geht.
- Eine Mehrheit von 62% ist der Ansicht, dass nachhaltig hergestelltes Spielzeug keine Modeerscheinung ist.
- Das verwendete Material ist für Konsumenten ein wichtiger Indikator, ob eine Spielware nachhaltig ist: für 74% ist das Holz, gefolgt von Bambus (64%), recyceltem Plastik (63%) und Bioplastik (60%).
- Zwei Drittel der Interviewten haben positive Erfahrungen mit ökologisch und umweltfreundlich hergestelltem Spielzeug gemacht.
- Ein Großteil der Befragten hält nachhaltiges Spielzeug für teurer als andere Spielwaren.
- Die Bereitschaft unter ihnen, mehr Geld für umweltfreundlich produzierte Spielsachen auszugeben ist vorhanden. 27% gaben an, dass sie bereit sind zwischen 5 und 10% mehr zu zahlen. 26% wären bereit, einen Preisaufschlag von bis zu 5% zu akzeptieren.
- Als Informationsquellen nutzen die Befragten Online-Angebote wie Webseiten (28%), Social Media (23%) und das Internet (22%). Für 20% ist der Händler vor Ort eine wichtige Anlaufstelle.
- 56% der Befragten lassen sich von Qualitätslabels und Zertifikaten leiten. 55% vertrauen zudem den Herstellerinformationen und 41% der Händlerempfehlung.

Studie durchgeführt von: AIJU, Technologisches Institut für Kinderprodukte & Freizeit

Seit 1985 ist AIJU – European Research Association eine private Non-Profit-Organisation mit dem Ziel, die Forschung, Entwicklung und technologische Innovation in der Spielzeug-, Babyartikel- und Freizeitindustrie voranzutreiben.