

Pressemitteilung

Markenkult im Kindergarten?

München, August 2006 – "Kleider machen Leute" – trifft dieses Sprichwort auch schon auf Kinder zu? Wenn 2-Jährige bereits im Sandkasten Designer-Kleidung tragen, ruft dies bei vielen wohl Kopfschütteln und Unverständnis hervor. Eine aktuelle Umfrage von Synovate Kids+Teens (ehemals IJF Institut für Jugendforschung) beschäftigt sich mit der Frage, was Müttern beim Kleidungskauf für den Nachwuchs wichtig ist und hat dazu Mütter von Kindern im Alter von 6 bis 12 Jahren in einer repräsentativen Studie befragt.

In erster Linie ist Müttern wichtig, dass sich ihre Kinder in ihrer Kleidung wohl fühlen (95%) und sie alleine an- und ausziehen können (91%). Fast ebenso häufig achten Mütter darauf, dass sie pflegeleichte (80%) und lang haltbare Kleidung (75%) für ihren Nachwuchs aussuchen.

Der Preis ist für jede zweite Mutter das entscheidende Kaufkriterium – in den Neuen Bundesländern noch einmal mehr wie in den Alten Ländern.

Insgesamt kauft ein deutlich größerer Teil der Mütter Kinderkleidung bei Discontnern wie Aldi (41%) oder Second Hand (22%) als bei exklusiven Herstellern (7%). Der Anteil an Müttern, die exklusive Marken für ihre Sprösslinge vorziehen, ist in Städten besonders hoch. Dort finden sich generell auch mehr Mütter, die ihre Kinder nach der neuesten Mode kleiden und mit der Kleidung ihrer Kinder ihren eigenen Stil widerspiegeln wollen.



Generell legt nur knapp jede fünfte Mutter (19%) Wert darauf, ihr Kind immer nach der neuesten Mode zu kleiden. 27 Prozent der Befragten stört es sogar, wenn ihr Kind körperbetonte Kleidung trägt. Dies ist vor allem bei Müttern von Töchtern der Fall.

Diese Ergebnisse ermittelte Synovate Kids+Teens (ehemals IJF Institut für Jugendforschung) in einer Repräsentativbefragung von n = 715 Müttern mit Kindern im Alter von 6 bis 12 Jahren.

Detaillierte Ergebnisse können der Studie "Prada oder H&M – Kinderkleidung im Visier" entnommen werden.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Conny Partschefeld

Tel: +49 89 99600 241

E-Mail: conny.partschefeld@synovate.com

www.synovate.com