

## Future Kids

### Die geheimen Wünsche und wa(h)ren Bedürfnisse der Konsumenten von morgen



### Kurzinfo

Die Studie richtet sich an alle, die sich um die Zukunft ihrer Branche Gedanken machen. Denn eine zentrale Erkenntnis der Untersuchung in „Future Kids“ ist: Die Konsumwünsche von Kindern lassen sich längst nicht mehr nur auf die Spielzeugbranche beschränken. Kids-Konsum wird künftig auch für die typischen Erwachsenen-Branchen relevant, in denen die Kids mehr und mehr die Konsumhoheit übernehmen und einen enormen Einfluss auf die Kaufentscheidungen ihrer Eltern ausüben. Wer wissen will, wie sich die Konsummärkte und Lebenswelten der Kids entwickeln, wird in der Studie „Future Kids“ Antworten darauf finden.

### Schwerpunkte

#### „Future Kids“: 10 Konsumtypen, inspirierende Antworten und viele Beispiele für Produktentwickler und Marketeer

Medien, Politiker und selbst Trendforscher reden beständig vom demographischen Wandel und der Alterung der Gesellschaft, oder widmen sich der bereits geschäftsfähigen Generation, der Jugend. Dabei (fast) völlig vergessen werden die „kleinen“ Konsumenten, die 6- bis 14-jährigen Kids, die mehr und mehr Einfluss auf die (elterlichen) Konsummärkte nehmen. Wir haben deshalb einen umfangreichen Blick auf die Lebens- und Bedürfniswelten der Kinder geworfen und eine interessante und aufschlussreiche Kids-Typologie entwickelt.

- **Zornige Mädchen**  
Der Gender Trouble im Kinderzimmer: Lillifee ist auf dem Weg in die Chefetage!
- **Pappas Razzi**  
Sponsored by Daddy: Luxus-InLiner für Glamour-Girls und Splendor-Sons
- **Eco-Starlets**  
Mini-LOHAS: Die kleinen Weltverbesserer von morgen
- **AvantgarKids**  
Pampers-Politik oder die Duplo-Despoten bestimmen, wo es lang geht
- **Glühwürmchen**  
Contest-Kids: Kinderzimmer im Rampenlicht
- **Schlaumeier**  
Von neunmalklug bis Dreikäsehoch: Vom Hochstuhl auf den Lehrstuhl
- **Krachmacher**  
Hyperaktive Piraten und übergewichtige Cowgirls: Eine Generation zwischen Ritalin-Entzug und Weight-West-Camp
- **Cool Kids**  
Chill-Hood: Von super-safe zu super-lässig
- **Prinzessin Erbse**  
Kinderküchenschlacht: Zwischen Happy, Heavy und Healthy Meal
- **Facebook-Kids**  
Fünf(hundert) Freunde: Mit dem Avatar auf den Spielplatz

## **Am Schluss der Studie: neun Spielregeln für erfolgreiches Kids-Marketing der Zukunft**

Neben den zahlreichen Zahlen, Daten und Fakten zu den wichtigsten Veränderungen in den Lebens- und Bedürfniswelten der Kids, gibt Ihnen die Studie ein Überblick über die aktuellen Trends aus den Kinderzimmern. Jedes Kapitel enthält außerdem Prognosen und Einschätzungen zum Konsumpotential sowie zur Branchenrelevanz des jeweiligen Konsumtyps. Abgerundet wird die Studie durch neun Spielregeln, die Ihnen Handlungsempfehlungen für ein erfolgreiches Kids-Marketing der Zukunft an die Hand geben.

### **Autor/en**

Anja Kirig ist freiberufliche Journalistin, Trend- und Zukunftsforscherin und war von 2005 bis 2009 regelmäßig als Redakteurin für das Zukunftsinstitut tätig. Die diplomierte Politologin arbeitet heute vor allem als Autorin für Studie sowie den Zukunftsletter zu den Themen Food, Freizeit, Gender, Gesundheit, Konsum, Neo-Ökologie sowie Tourismus. Als Beraterin ist sie darüber hinaus im Bereich nachhaltige Kommunikation tätig und als Skandinavienexpertin regelmäßig auf Research in den nordischen Trendsetterländern unterwegs.

Christiane Friedemann studierte Industrie-Design an der Hochschule der Künste in Berlin. Nach ihrem Abschluss als Diplom-Designerin 1993 arbeitete sie bis Ende 1998 zusammen mit Matthias Horx und dem Kommunikationsprofessor Peter Wippermann im Trendbüro Hamburg – in der seinerzeit noch jungen Disziplin der Konsum-Trendforschung. 1998 übernahm sie die Geschäftsführung des von Matthias Horx nach seinem Ausscheiden aus dem Trendbüro gegründeten Zukunftsinstituts. Seit 2010 leitet sie zudem gemeinsam mit Harry Gatterer das neu gegründete Zukunftsinstitut Österreich in Wien.

Corinna Langwieser ist selbstständige Trend- und Zukunftsforscherin. 1998 gründete sie die Firma Trendcoach und arbeitet seitdem als freie Autorin und Forscherin. Corinna Langwieser hat im Zukunftsinstitut u.a. die Studien „Future Work“, „Future Marketing“ und nun als Co-Autorin „Konsument 2020“ veröffentlicht. Außerdem ist Sie als Speaker für das Zukunftsinstitut tätig.

Ja, ich bestelle \_\_\_\_\_ Exemplar(e) der Studie „**Future Kids**“  
zum Preis von 164,- EURO zzgl. MwSt.

NAME: \_\_\_\_\_ VORNAME: \_\_\_\_\_

FIRMA: \_\_\_\_\_ BRANCHE: \_\_\_\_\_

STRASSE: \_\_\_\_\_ PLZ/ORT: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_ TEL.: \_\_\_\_\_ FAX: \_\_\_\_\_

UNTERSCHRIFT \_\_\_\_\_

**GfK Austria**

▪ Kontaktperson: Mag. Sabina Nassner-Nitsch ▪ Tel.: +43 (1) 71710-187 ▪ Fax: +43 (1) 71710-176 ▪  
E-Mail: [sabina.nassner-nitsch@gfk.com](mailto:sabina.nassner-nitsch@gfk.com)