

Eltern und Kinderspielzeug – eine sensible Zielgruppe

Moderat höhere Preise für nachhaltiges Spielzeug werden vom Verbraucher akzeptiert – Qualität ist schwer überprüfbar

Das Bekenntnis zum Lifestyle of Health and Sustainability (Lohas) fällt vielen Verbrauchern nicht schwer. Wie es jedoch im Alltag mit der Umsetzung dieses Lebensstils aussieht, zeigt eine Untersuchung der Praxis im Bereich der Spielwarenindustrie.

Die internationale Spielwarenindustrie ist eine Branche, die weltweit im Fokus der Öffentlichkeit steht. Rückrufe von nicht kindgerechten, sprich technisch unsicheren oder gar schadstoffbelasteten Spielzeugen werden von den Verbrauchern wie in kaum einer anderen Branche selbst dann missbilligt, wenn sie auf freiwilliger Basis erfolgen. Besonders seit den massiven Spielzeugrückrufen im Sommer 2007 wuchs die Skepsis bedeutend an. Auch das Vertrauen in Produkte von renommierten Markenherstellern ist seit den weltweit größten Rückrufaktionen von über 18 Millionen Artikeln, darunter etwa Spielzeuge des US-Unternehmens Mattel Inc., die mit überhöht bleihaltigen Farben bemalt waren, stark erschüttert. Im Juni 2009 mussten Mattel Inc. und dessen Tochtergesellschaft Fisher-Price eine von der US-Kommission für Verbraucherschutz angesetzte Strafe in Höhe von 2,3 Millionen US-Dollar akzeptieren. Bereits im Dezember 2008 veröffentlichte die Zeitschrift Öko-Test die Resultate der Prüfung von 68 Spielzeugen aus zehn verschiedenen Produkt-

gruppen wie Puppen, Plüschtiere, Bausteine, Kunststofffiguren und Fahrzeuge. Bei der Durchführung der Tests wurden sowohl Markenprodukte als auch günstige No-Name-Produkte berücksichtigt. Bei den Grenzwerten für die Messungen orientierte sich Öko-Test einerseits an der europäischen Spielzeugrichtlinie 88/378/EWG und deren Richtwerten; andererseits haben die Tester aber auch strengere Maßstäbe angelegt. Die Ergebnisse waren erschreckend: Fast die Hälfte der getesteten Spielzeuge fiel bei der Prüfung aufgrund hochgradiger Schadstoffbelastungen durch. Verantwortungsbewusste Eltern und weitere Käufer von Spielwaren fordern unbedenkliche Produkte für Kinder, schärfere Produkt- und Marktüberwachungen sowie

eindeutige Gütesiegel, die von unabhängigen Prüfstellen vergeben werden. Den Verbrauchern ist bewusst, dass von schadstoffbelasteten Spielzeugen nicht nur eine Gefahr für Kinder ausgeht, sondern bereits früher auch durch die Produktion allgemein die Umwelt belastet wird. Beim Kauf von Spielzeugen lässt sich ein voranschreitender Bewusstseinswandel erkennen, der Rückschlüsse auf den Wunsch nach einem nachhaltigen, umweltbewussten Konsum ziehen lässt.

Mindestens jeder fünfte Deutsche ist ein Lohas

Mit einer Chartstudie des Zukunftsinstituts im August 2007 wurde ein neuer Konsum- und Lebensstil erfasst, der auf Gesundheit und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Die Rede ist hier von der Zielgruppe der sogenannten Lohas, die ihre Prioritäten





Saskia House hat an der AKAD Hochschule Stuttgart im Juli 2009 ihre Diplomarbeit zum Thema Sicherheits- und Nachhaltigkeitsstandards in der internationalen Spielwarenindustrie verfasst. Sie arbeitet in einem international agierenden Unternehmen der Spielwarenbranche und ist auf den Bereich Spielzeugsicherheit spezialisiert.

Kontakt: saskia.house@yahoo.de

auf ein bewusstes und ethisch korrektes Leben vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit setzt. Laut dieser Studie sind das Haushaltseinkommen und die Schulausbildung der Lohas-Zielgruppe überdurchschnittlich hoch. In Deutschland schätzte das Zukunftsinstitut deren Potenzial im Januar 2009 auf etwa 12,63 Millionen Bundesbürger, was einen Anteil von 20 Prozent der erwachsenen Gesamtbevölkerung repräsentiert. Davon sind 60 Prozent Frauen.

Qualität von Spielzeug nicht offensichtlich

Die Suche nach umweltfreundlichen, schadstofffreien und zusätzlich klimaneutral hergestellten Spielzeugen ist jedoch nicht gerade einfach. Selbst das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) bietet mit seiner Broschüre „Nachhaltig einkaufen – Textilien, Bekleidung und Spielzeug“ lediglich Tipps und Hinweise, die beim Kauf von Spielwaren beachtet werden sollten. Auf der Suche nach umweltfreundlichen Spielzeugen werden die meisten Treffer oft anhand der Recherche im Internet bei diversen Online-Anbietern erzielt, was vor allem die internetaffine Lohas-Zielgruppe anspricht. Im Fachhandel hingegen lässt sich zwar auch das ein oder andere Spielzeug dieser Art in den Regalen auffinden, hebt sich aber aus der Masse der angebotenen Waren oft nicht hervor.

In einer Studie zu Sicherheits- und Nachhaltigkeitsstandards in der internationalen Spielwarenindustrie, die die Autorin 2009 an der AKAD Hochschule Stuttgart erstellt hat, wurden in einem Zeitraum von zweieinhalb Monaten über 500 Verbraucher über ihre Einstellung zu sicherem und nachhaltig hergestelltem Spielzeug befragt.

Die Altersstruktur der Stichprobe setzt sich hinsichtlich der Zielgruppe aus einer vorteilhaften Mischung zusammen: Drei Viertel der Befragten sind Frauen, ein Viertel Männer. Den stärksten Anteil machen mit 30 Prozent die 25- bis unter 30-Jährigen und mit 47 Prozent die 30- bis unter 40-Jährigen aus, die als die kinderreichsten Alters-

gruppen gemäß den Ergebnissen einer Sondererhebung des Statistischen Bundesamtes Deutschlands anzusehen sind. Knapp 67 Prozent aller Befragten gaben an, eigene Kinder zu haben. Dies entspricht in absoluten Zahlen insgesamt 339 Elternteilen.

Nach einer Hochrechnung der Kinderanzahl verteilen sich auf 339 Befragte somit über 594 Kinder.

Nachhaltige Hersteller kaum bekannt

Zunächst wurden die Verbraucher befragt, ob sie beim Kauf von Spielwaren gemäß dem Nachhaltigkeitsgedanken handeln. Über ein Drittel der Befragten gaben an, Spielwaren aus natürlichen Materialien wie etwa Holz zu bevorzugen und auf umweltfreundliche Produktangaben zu achten. Auch wurden von einigen Teilnehmern nach einer vorgegebenen Auswahl Hersteller von nachhaltigen Spielwaren benannt, darüber hinausgehend bestätigten allerdings 74 Prozent der Befragten, keine weiteren nachhaltig orientierten Hersteller zu kennen.

Des Weiteren deckte die Untersuchung unter anderem auf, dass die Mehrheit der Verbraucher kaum Kenntnis von Initiativen hat, die den Nachhaltigkeits- und Sicherheitsaspekt von Spielzeug bestärken. So kannten nur zwölf Prozent der Befragten die weltweit vertretene Aktion „fair spielt“.

Der Mangel an Informationen

Auf den ersten Blick scheint es, als ob aufklärende Informationen interessierte Verbraucher nicht erreichen und positive Initiativen für die nachhaltige und sichere Produktion von Spielwaren nicht in ausreichendem Maße publik sind. Ein Interesse seitens der Konsumenten an solchen Themen ist nach dieser Untersuchung jedoch nicht zu verleugnen. Wer sich also für einen Lifestyle of Health and Sustainability entscheidet, muss sich zunächst selbst Informationen beschaffen, bevor überhaupt ein nachhaltiger Konsum stattfinden kann.

Der Stellenwert dieses nachhaltigen Konsums ist bei den Verbrauchern recht hoch, so lautet die Antwort auf die Frage zur Zahlungsbereitschaft für nachhaltige und sichere Spielwaren.

Lediglich 51 der über 500 befragten Verbraucher wären nicht bereit, einen höheren Preis zu zahlen. Das entspricht einem Anteil von nur zehn Prozent.

Was diese Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum allerdings den Unternehmen wert ist, wird sich in der Zukunft in deren Strategie und der Öffentlichkeitsarbeit widerspiegeln. Sicher ist: Nicht nur Zielgruppen wie die Lohas werden anwachsen. Insgesamt ist längst mehr als ein Trend zu verzeichnen, der den Nachfragedruck nach „grünen Produkten“ verstärken wird. Diejenigen Unternehmen, die sich hier mit ihren Produkten nicht glaubwürdig aufstellen, wird der Markt bestrafen.

Literatur und weiterführende Informationen:

House, Saskia: Untersuchung von Sicherheits- und Nachhaltigkeitsaspekten in der internationalen Spielwarenindustrie. Diplomarbeit an der AKAD Hochschule Stuttgart, 2009.

www.zukunftsinstitut.de

www.bmelv.de