

2. Juni 1998

## PRESSEMITTEILUNG

### "Sammeln – eine anhaltende Leidenschaft der Kinder"

#### - Eine aktuelle Untersuchung des Marktforschungsinstituts iconkids & youth, München, bei 800 5-12-Jährigen -

**70%** aller Kinder im Alter von 5 bis 12 Jahren sammeln, sind auf der Jagd nach Außergewöhnlichem und nach Alltäglichem.

Und es gibt schier nichts, was sie nicht sammeln, auch Knöpfe und alte Visitenkarten sind noch ein Objekt der Begierde. Damit wird vor Freunden angegeben, um sie neidisch zu machen, damit wird aber auch gehandelt, getauscht und gefeilscht. Auffallend im Vergleich zu früheren Untersuchungen: die Sammelobjekte werden immer teurer, aber auch prächtiger.

Was zu Beginn der 90er Jahre noch die Kronkorken, Bierfilze, Kulikügelchen und Streichholzschachteln waren, sind heute viel häufiger teure Püppchen, Sticker, Fan-Artikel.

Aber immer noch fast unangefochten an der Spitze sind die nun bereits jahrelangen Renner: die **Figuren aus dem Überraschungsei**. Diese haben es geschafft, sowohl bei Jungen als auch bei Mädchen, sowohl bei ganz jungen Kindern als auch bei älteren Teenies, eine nahezu gleich große Attraktivität zu haben.

Dem Erfinder dieser Sammelobjekte ist hier die Quadratur des Kreises gelungen, da es heutzutage eigentlich nicht mehr möglich ist, ein Produkt auf den Markt zu bringen, das auf 12-jährige Mädchen die gleiche Faszination ausübt wie auf 5-jährige Jungen.

An zweiter Stelle finden sich die **Sticker** (Aufkleber), die vor allem bei den Mädchen aller Altersstufen ein begehrtes Sammelobjekt sind.

Gerade beim Sammeln zeigt sich, dass die Rollenklischees immer noch zutreffen, denn bei vielen Sammelobjekten gibt es eindeutige geschlechtsspezifische Präferenzen und außerdem sind viele Sammelobjekte auch nur für bestimmte Altersgruppen attraktiv:

Baustein-Systeme wie Lego oder die Matchbox-Autos faszinieren vor allem die kleineren Jungen, während sich die Mädchen mehr auf Plüschtiere oder Barbie-Produkte konzentrieren.

Bei den älteren Kindern, den 10-12-Jährigen, stehen Briefmarken, das klassische Objekt erwachsener Sammelleidenschaft, bereits erstaunlich hoch im Kurs. Auch dies ist ein Hinweis darauf, dass bei den Pre-Teens der Abschied von der Kindheit perfekt ist.

Auffällig ist, dass die Sammelobjekte immer mehr überwiegen, die man **kaufen** muss es wird also immer stärker konsumbezogen gesammelt. Aber es sind auch immer noch Dinge gefragt, die man sich selbst in der Natur zusammensucht (Steine, Muscheln, Federn, Blätter). Nach wie vor "in" sind auch Gegenstände, die bereits zu den Sammelobjekten in der Kindheit der heutigen Elterngeneration gehörten: Stofftiere, Matchbox-Autos, Modelleisenbahnen.

Insgesamt ist also die Faszination des Sammelns ungebrochen, - denn jedes neue Stück erfüllt nicht nur mit Besitzerstolz, sondern ist auch ein Erfolgserlebnis.