

Pressemitteilung

Ausgaben zur Einschulung steigen deutlich

9. September 2013

Julia Hofmann
T +49 911 395-2703
julia.hofmann@gfk.com

Stefan Gerhardt
Corporate Communications
T +49 911 395-4143
stefan.gerhardt@gfk.com

Nürnberg, 9. September 2013 – Die Ausgaben zum Schulstart steigen im Vergleich zu den Vorjahren deutlich an. Durchschnittlich 238 Euro wollen Eltern für Schreibwaren und weitere Produkte zum Schulanfang für jedes neu eingeschulte Kind ausgeben. Gegenüber der letzten Untersuchung im Jahr 2011 entspricht dies einer Steigerung von 5 Prozent, so Ergebnisse von GfK.

Der Schulanfang ist für Eltern eine nicht unwesentliche Investition. Entsprechend informiert man sich vor dem Kauf von Schulprodukten auf vielfältige Weise. Interessant ist dabei die Wechselwirkung zwischen der Information über ein Produkt, die im stationären Handel oder online erfolgen kann, und dem anschließenden Kauf im Internet oder Geschäft.

Schulranzen und Schulrucksäcke sind, ebenso wie Schulfüller, informationsstarke Warengruppen. So erkundigen sich 95 Prozent der Eltern von Schulanfängern vor dem Kauf eines Schulranzens und 80 Prozent vor dem Kauf eines Schulfüllers über das Produktangebot.

Während bei Stiften und Schulfüllern der Anteil der Konsumenten, die diese im Internet kaufen auf einem geringen Niveau von rund 5 Prozent liegt, zeigt sich bei den Schulranzen und Schulrucksäcken ein anderes Bild. Jeder Zehnte informiert sich über den Schulranzen im Geschäft, kauft diesen dann jedoch online. Jeder Fünfte macht sich über Schulranzen im Internet kundig und kauft auch in einem Online-Shop.

Zur Studie

In der repräsentativen Studie zum Schulanfang wurden im Juni 2013 rund 1.200 Eltern von Schulanfängern, Eltern von Grundschulern und Schulkinder im Alter von 10 bis 13 Jahren aus dem GfK-Verbraucherpanel für Papier, Büro- und Schreibwaren (PBS) befragt. Schwerpunktmäßig wurden dabei drei Produktgruppen für den Schulanfang untersucht: Schulranzen und -rucksäcke, Stifte sowie Schulfüller. Im GfK PBS-Verbraucherpanel berichten monatlich 10.000 deutsche Privatpersonen ihre Einkäufe in den Bereichen Papier, Büro- und Schreibwaren, repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren.

Weitere Informationen: Julia Hofmann, Tel. +49 911 395-2703,
julia.hofmann@gfk.com

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

T +49 911 395 0
F +49 911 395 2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Matthias Hartmann (CEO)
Pamela Knapp (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckingeringer
Debra A. Pruent

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014



Über GfK

GfK ist eines der größten Marktforschungsunternehmen weltweit. Annähernd 13.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erforschen, wie Menschen leben, denken und konsumieren. Dabei setzt GfK auf permanente Innovation und intelligente Lösungen. So liefert GfK in über 100 Ländern das Wissen, das Unternehmen benötigen, um die für sie wichtigsten Menschen zu verstehen: ihre Kunden. Im Jahr 2012 betrug der Umsatz von GfK 1,51 Milliarden Euro.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de

Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 2645
F +49 911 395 4041
public.relations@gfk.com