

Ich wünsche mir ...

Carmen Schenkel ist Geschäftsführerin bei september, einer Agentur für Marktforschung in Köln. Im Herbst/Winter 2017 untersuchte sie im Rahmen einer qualitativen Studie das Wunsch- und Schenkverhalten von Kindern und deren Müttern im Vorfeld zu Weihnachten. Welche faszinierenden Erkenntnisse dabei zutage kamen, erläuterte sie Astrid Specht im Interview.



Carmen Schenkel,
Geschäftsführerin der
Agentur september und
Wunschexpertin

Frau Schenkel, wie wünschen Kinder?

Kinder wünschen sich immer etwas und sie wünschen sich immer viel! Dazu muss man sagen, dass Wünsche wichtig sind. Durch Wünsche beziehungsweise die Dinge, die sie sich wünschen, markieren Kinder ihre eigene Entwicklung. Das heißt, da Kinder sehr echt und authentisch in ihrem Selbstausdruck sind, können Eltern an den Wünschen ihrer Kleinen ablesen, wo diese sich in ihrer psycho-sozialen Entwicklung befinden.

Ist die Fülle der Wünsche nicht auch Ausdruck des Überflusses und des Konsums in unserer Gesellschaft?

Ja, durchaus. Wobei auch Kinder in ärmeren Ländern viele Wünsche haben. Der Unterschied besteht darin, dass diese Kinder vielleicht weniger Input von außen, also weniger Auswahl an Spielwaren haben oder sie ihre Wünsche weniger schnell ersetzen. Grundsätzlich gilt aber für alle

Kinder: Sie zeigen damit an, wo sie sich in ihrer inneren Entwicklung befinden. Indem sie etwas Neues in ihr Leben holen, schaffen Kinder Möglichkeiten, erwachsene Handlungen – wie zum Beispiel die Sorge für ein (Puppen-)Baby – nachzuspielen. Kinder sind stark darauf gepolt, selbstständig zu werden und das gelingt ihnen am besten, indem sie spielen und spielend nachahmen.

Könnten Kinder diese innere Entwicklung nicht auch durch etwas anderes zum Ausdruck bringen, wie zum Beispiel durch ein gelerntes Lied oder Tanzen?

Der Vorteil von Gegenständen ist, sie lassen sich buchstäblich be-greifen. Die Kinder können sie vereinnahmen und sich sozusagen „untertan machen“. Das ist schwierig mit Musik. Lieder und Tanz sind höchstens Begleiter beim Großwerden. Wobei es noch einmal etwas anderes ist,

wenn es darum geht, ein Musikstück, beispielsweise auf einem Instrument, einzustudieren. In diesem Fall kann man sich auch das ein Stück weit untertan machen und es bezwingen. Das kann ein Ausdruck von Reife sein. Aber nicht immer.

Wie verändern sich Wünsche mit dem Älterwerden des Kindes?

Ganz grob kann man sagen, dass Kinder im Kita- und Vorschulalter Spiele mit klassischer Rollenverteilung bevorzugen – Mädchen „puppeln“ gerne und Jungen spielen mit Autos. Es ist also immens wichtig, sich selbst als Junge oder Mädchen wahrzunehmen und das nach außen hin zu zeigen. Das spiegelt sich natürlich auch in den Wünschen wider. In dieser Zeit ist es durchaus normal, dass Mädchen gerne den rosa Plüschteddy und Jungen den blauen Lastwagen hätten. Je älter die Kinder werden, desto weniger wichtig wird das. Da stehen

dann andere Merkmale im Vordergrund. Zum Beispiel gibt es einen klaren Trend hin zu digitalen und elektronischen Spielwaren.

Sie haben in Ihrer Studie Kinder und deren Mütter als „Hüterinnen der Wünsche“ befragt. Inwiefern haben Mütter einen Einfluss auf die Wünsche ihrer Kinder – und umgekehrt?

Das Wünschen und Beschenken ist eigentlich ein Prozess des gegenseitigen Abklopfens. Kinder äußern einen Wunsch und beobachten die Reaktion der Mutter darauf. Ist diese nicht sofort völlig ablehnend, wird ganz oft sehr clever für ein bestimmtes Geschenk argumentiert. Beispielsweise gab ein Mädchen an, das sich sehlich einen Roboterhund wünschte, es könne mit diesem immerhin ja Gassi gehen, was ihm mit dem Familienhund nicht erlaubt war. Da entstand bei der Mutter nicht nur ein leicht schlechtes Gewissen, sie konnte das Argument nachvollziehen und erfüllte ihrer Tochter diesen Wunsch.

Mütter steuern aber auch ganz bewusst die Wünsche des eigenen Nachwuchses und sie filtern ganz stark. Sie fragen sich, wie lange das Interesse an dem Geschenk wohl anhält, wie hoch der pädagogische Wert ist, wie groß die Sehnsucht danach ist, wie dieses Geschenk zur bereits existierenden Spielzeugsammlung passt oder wie viel Stress das Geschenk für sie selbst oder die ganze Familie bedeutet. Mütter wollen außerdem die Entwicklung ihres Kindes fördern, weshalb bei ihnen gerade der pädagogische Aspekt ein wichtiges Kriterium ist.

Wir beobachten aber auch, dass die Wunschsteuerung gerade zur Weihnachtszeit vom inneren Kind der Mutter beeinflusst wird. Da ist es besonders wichtig, dass sie den Wert eines Spielzeugs nachvollziehen und sich selbst ein Stück weit damit identifizieren kann. Das sollten Werbetreibende in ihren Weihnachtskampagnen berücksichtigen. Hier sollte eine erweiterte Zielgruppenansprache erfolgen, eine, die sich also nicht nur an die Kinder, sondern auch an die Mütter wendet. Dabei darf es sehr weihnachtlich, nostalgisch und traditionell zugehen – natürlich sofern das zum Produkt passt.

Wie gehen Väter mit Kinderwünschen um?

Das haben wir in dieser Studie nicht untersucht. Aus vergangenen Studien wissen wir aber, dass Väter nicht ganz so streng filtern wie ihre Partnerinnen, und dass Männer unabhängig von der Weihnachtszeit viel stärker mit ihrem eigenen inneren Kind verbunden sind. Deshalb ist für vielleicht weniger wichtig, welchen pädagogischen Wert ein Spielzeug hat und mehr, wie hoch der Spaßfaktor

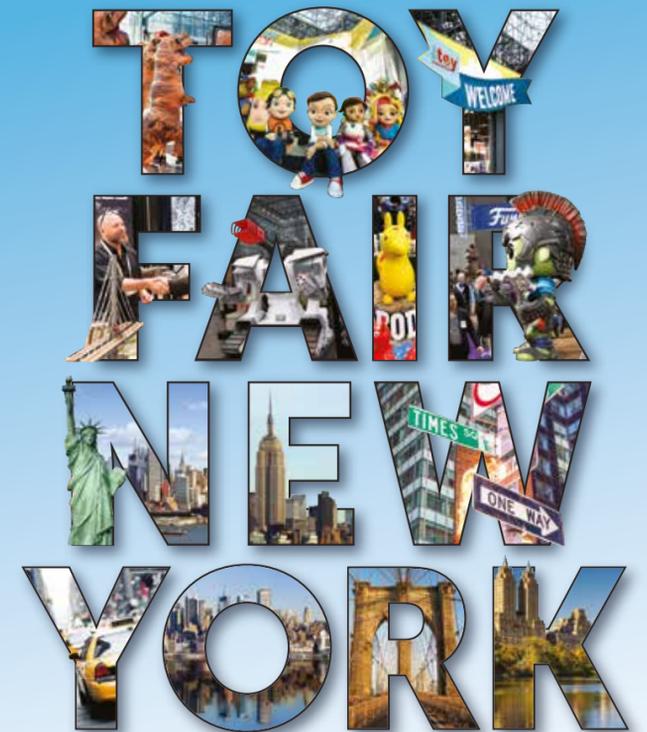


Wunschzettel eines zehnjährigen Mädchens am Ende der Studie mit stark fokussierten Wünschen

Anzeige

Februar
16-19
2019

Welcome to Fun City!



toy 2019
toy fair
New York
ToyFairNY.com



Vorderseite (oben) und Rückseite (unten) des Wunschzettels des zehnjährigen Mädchens zu Beginn der Studie



ist oder ob sie selbst vielleicht mitspielen können.

Welche Strategien wenden Kinder an, um das zu bekommen, was sie sich wünschen?

Dazu kann man sagen, dass Kinder nichts unversucht lassen und sie erkennen schnell, welche Wünsche unterstützt werden und womit sie gar nicht durchkommen. Ob sie nun implizieren, dass sie hinter ihren Freunden zurückbleiben, wenn sie das neueste Hatchimal nicht bekommen oder auf

das schlechte Gewissen der Mutter abzielen, Kinder gehen da sehr strategisch vor. Interessant ist auch zu sehen, dass die Wünsche weniger und vielleicht auch ein Stück weit kleiner werden, je näher das Weihnachtsfest rückt. In der Wunschfindungsphase, die schon im Spätsommer/Herbst beginnen kann, sind die Wunschzettel riesig, fast unbegrenzt. Danach erfolgt das erwähnte gegenseitige Abklopfen, währenddessen die Kinder sehr deutlich die Sichtweise der Mutter kennenlernen und verstehen, was möglich ist und was

nicht. Als wir im November im Rahmen der Studie die Wunschzettel erneut betrachteten, war in den meisten Fällen eine klare Reduzierung der Wunschanzahl, aber auch eine Fokussierung zu erkennen. Die Kinder haben eine Auswahl von Geschenken getroffen, bei denen sie sich höhere Chancen auf Erfüllung ausrechneten.

... und dennoch kann nicht jeder Wunsch erfüllt werden. Wie können Eltern enttäuschten Kindergesichter unter dem Weihnachtsbaum vorbeugen?

Indem sie die Wünsche ihrer Sprösslinge managen. Enttäuschung entsteht ja durch falsche oder zu hohe Erwartungen. Die meisten Mütter beziehungsweise Eltern wollen natürlich keine Konflikte mit ihren Kindern und geben lieber nach als nein zu sagen – was im Übrigen zu einer niedrigen Frustrationsschwelle bei Kinder sorgen kann, denn die sind es vielleicht gewohnt, dass immer auf sie eingegangen wird. Wenn man aber im Vorfeld zu Weihnachten liebevoll aber dennoch klar kommuniziert, wo die Grenzen liegen, sinkt das Potenzial für Tränen unterm Tannenbaum deutlich.

Gefühlt wird immer mehr und zu immer geringeren Anlässen geschenkt – stimmt das auch aus Ihrer Sicht? Woran liegt das?

Das ist richtig. War es früher üblich, zu Weihnachten, Geburtstag und vielleicht noch Ostern den Kindern große oder kleinere Geschenke zu machen, so wurden inzwischen viele andere Ereignisse zum Geschenkanlass erhoben. Heute gibt es zum Schulanfang nicht nur eine Schultüte mit Süßigkeiten und Malstiften, sondern vielleicht noch ein neues Tablet dazu. Nikolaus ist in vielen Köpfen der Kinder schon als „kleines Weihnachten“ verankert und auch an Ostern reicht der Schokohase schon nicht mehr aus. Geschenke sind ein Ausdruck von Zuneigung, aber sie können auch ein schlechtes Gewissen kompensieren. Mütter müssen heute viele Rollen erfüllen und haben dabei nicht mehr die Möglichkeit, so viel Zeit mit ihren Kleinsten zu verbringen, wie sie gerne möchten. Das wird dann durch ein Geschenk ausgeglichen. Andererseits soll ein Geschenk auch die Erinnerung an ein schönes Ereignis, wie zum Beispiel einen tollen Urlaub, intensivieren oder als Belohnung für eine Anstrengung dienen. Dann kann Schenken auch als Erziehungsmittel genutzt werden.

Frau Schenkel, ich bedanke mich für das spannende Gespräch!