



Børns indflydelse

Undersøgelse blandt danske børnefamilier

Wilke, april 2020

w

Indhold

HOVEDKONKLUSIONER

BØRNS INDFLYDELSE OG MEDINDDRAGELSE

VILLIGHED TIL MERBETALING

BØRNS RÅDIGHEDSBELØB

INDFLYDELSESKANALER

LÆRING OG WILKES PERSPEKTIV



UNDERSØGELSENS GENNEMFØRELSE



Wilkes nye undersøgelse om børns som influenter



Metode: On-line interviews i Wilkes eget panel



Målgruppe: Familier m. børn 0 - 12 år



Geografi: Hele Danmark - "nat. rep".



Antal: 507 gennemførte interviews



Periode: Uge 29 og 30, 2019



HOVEDKONKLUSIONER



Hovedkonklusioner



1

Den demokratiske børnefamilie.

Den moderne børnefamilie er en demokratisk enhed. Børnene indtager en central plads i familiens beslutningsproces og har reel indflydelse.

2

Børns indflydelse rækker langt.

Børn øver stor indflydelse på mange områder af familiens forbrug – også langt ud over "egne" produkter.

3

Accept af at inddragelse koster ekstra.

Forældrene er villige til at sætte kontant handling bag ordene. Der er ret stor villighed til at betale ekstra for at inddrage børnenes holdninger.

4

Direkte og indirekte indflydelse.

Den aktive indflydelse stiger naturligt med børns alder, men det betyder ikke at de yngste børn ikke øver indirekte indflydelse.

5

Børns eget direkte forbrug er begrænset.

Børn bruger også egne penge. Omfanget af deres eget direkte forbrug er dog begrænset.



BØRNS INDFLYDELSE OG MEDINDDRAGELSE



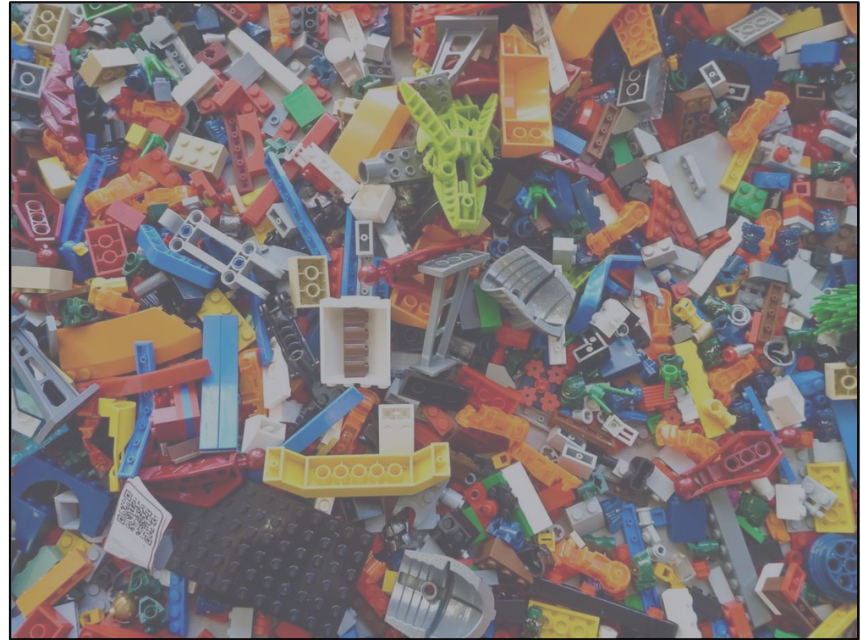
Vi har spurgt meget bredt



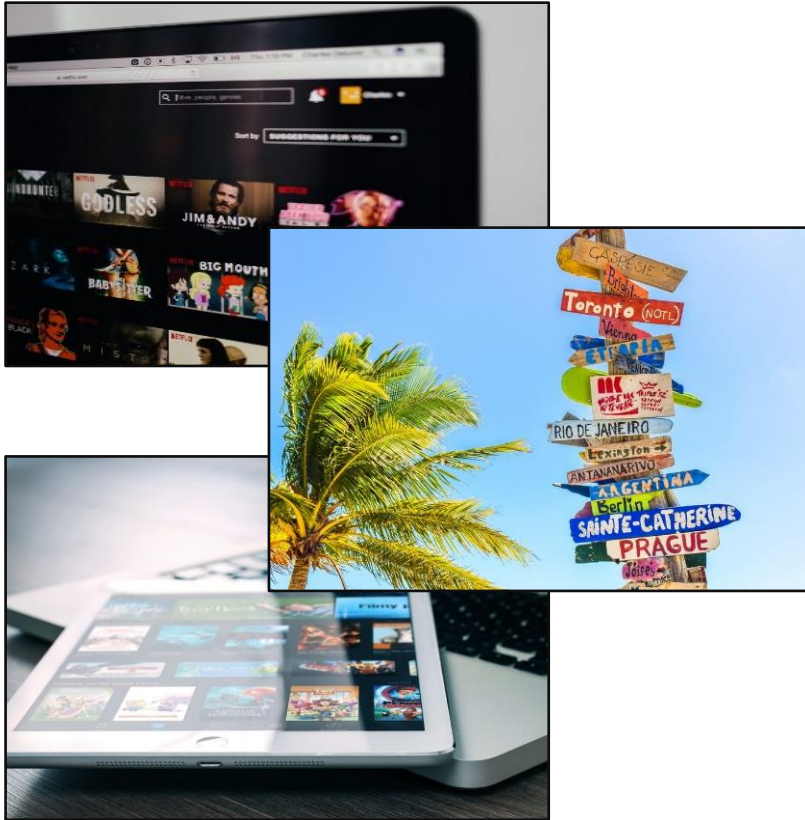
"På hvilke områder har dit barns ønsker og behov indflydelse på dit valg af...?"



Beslutninger om køb af legetøj domineres af børnene



Børn har bred indflydelse på familiens valg



32%

af de 4-12-årige har indflydelse på familiens beslutning om valg af streamingtjeneste/TV-udbyder

60%

af de 0-12-årige har indflydelse på familiens beslutning om valg af feriedestination

51%

af de 10-12-årige har indflydelse på familiens beslutning om valg af tablet/smartphone



Inddragelse over sidste 3 måneder



” På hvilke af områderne har du inden for de sidste tre måneder spurgt ind til barnets ønsker, således det er blevet inddraget i din beslutningsproces?”



Kort tidshorisont giver fokus på dagligvarer



48%

af de 4-12-årige bliver inddraget i familiens beslutning om valg af dagligvarer



71%

af de 4-12-årige bliver inddraget i familiens beslutning om valg af aftensmad



VILLIGHED TIL MERBETALING



Må inddragelse koste?



” Når du vælger dette hvor vigtig er dit barns behov og ønsker da ift. en potentiel merpris?”



Højere pris er OK når børnene er aktive deltagere



75%

af forældrene er villige til at betale mere for fødevarer for at tilfredsstille børnenes ønsker

75%

af forældrene er villige til at betale mere for feriedestinationen for at tilfredsstille børnenes ønsker

46%

af forældrene er villige til at betale mere for varerne for at tilfredsstille børnenes ønsker om valg af supermarked



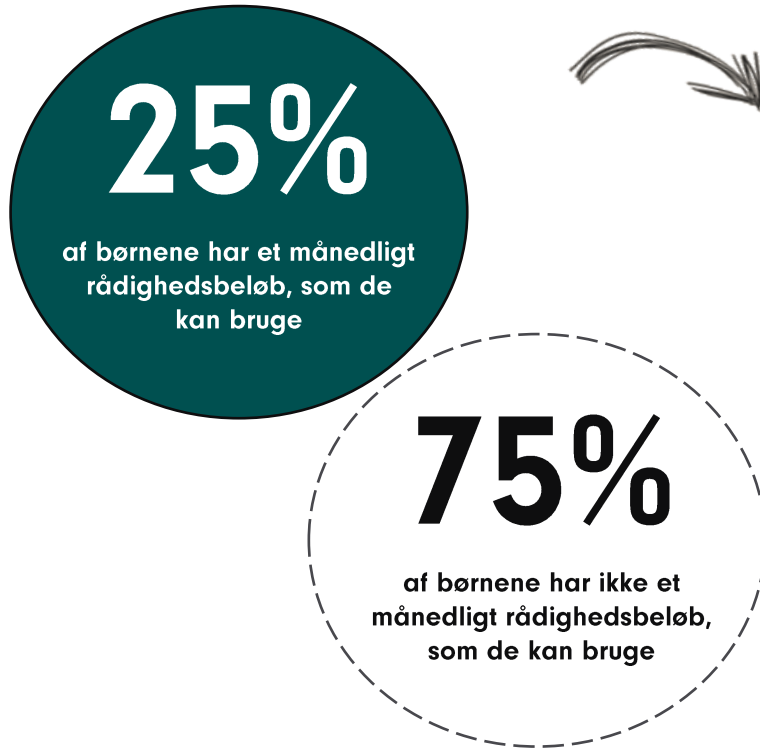
BØRNS RÅDIGHEDSBELØB



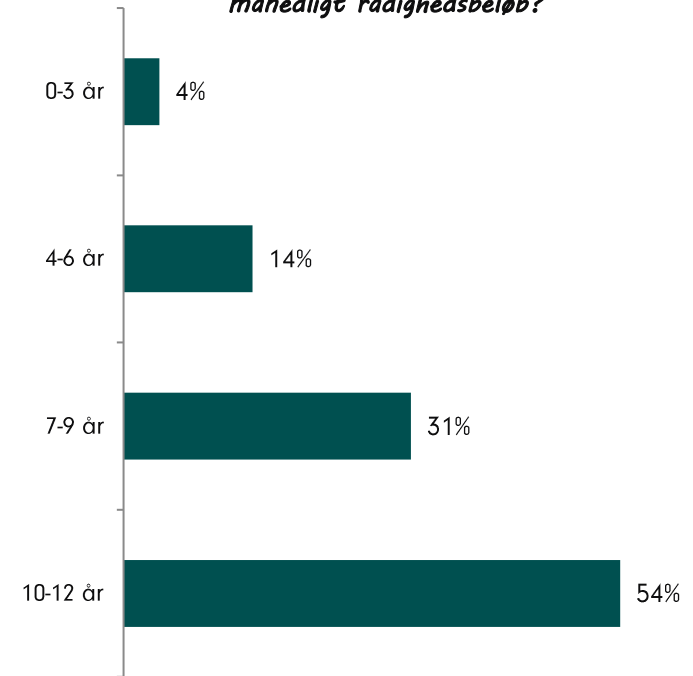
Langt fra alle børn har egne penge at bruge




Har dit barn et månedligt rådighedsbeløb (kontanter eller på kort)?

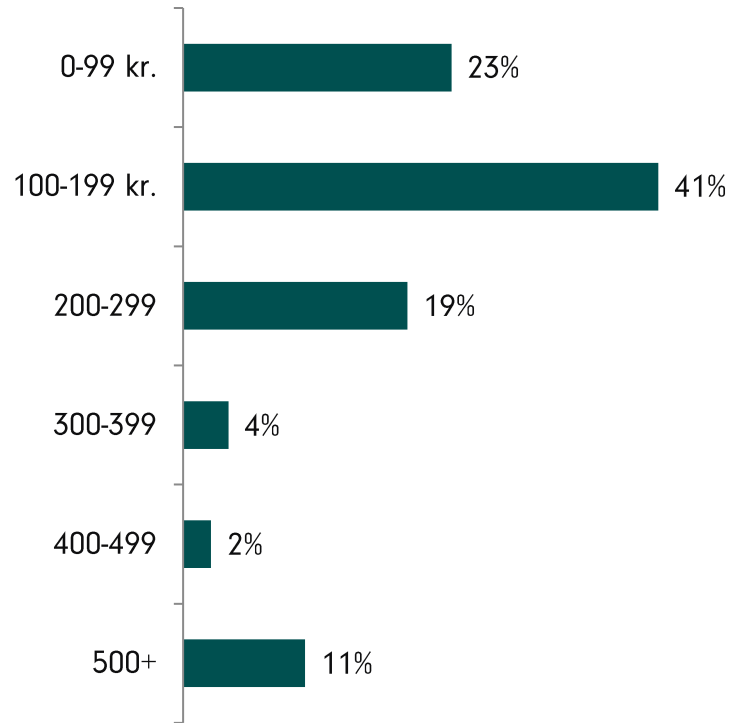


Andelen af børn i de enkelte alderskategorier, som har et månedligt rådighedsbeløb?



Beløb under 200,-/måned er typiske

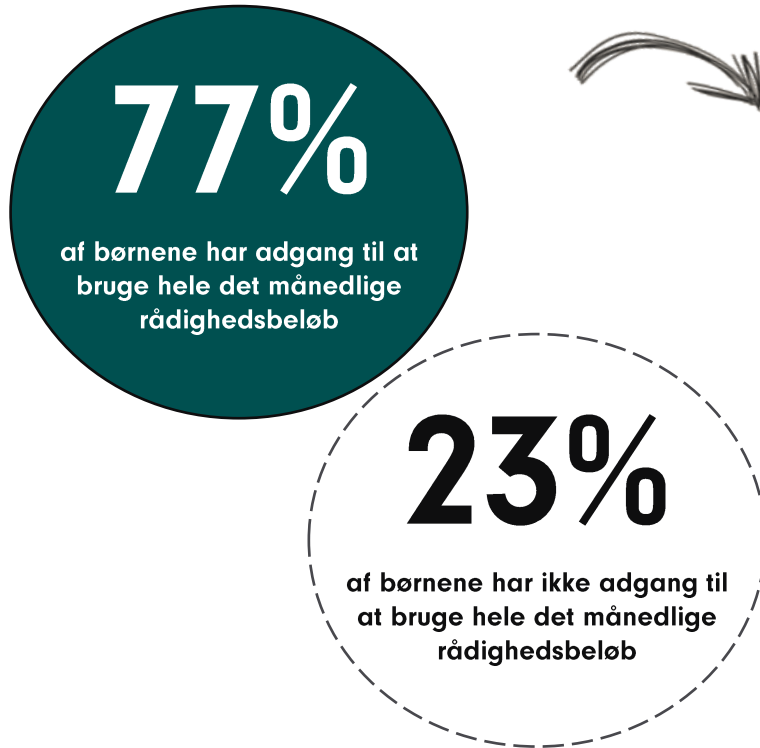
 Af de 25% som har et rådighedsbeløb - hvor stort er dit barns rådighedsbeløb?



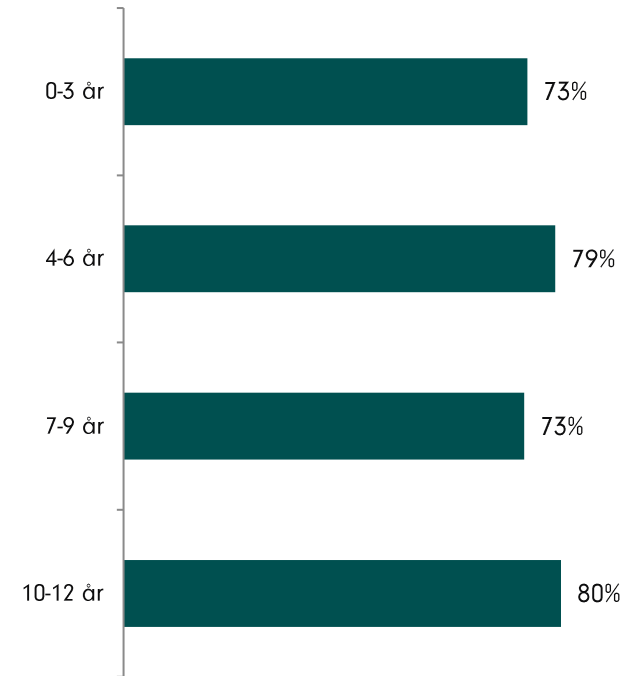
Børns sparer også op



Har dit barn adgang til selv at bruge hele rådighedsbeløbet?



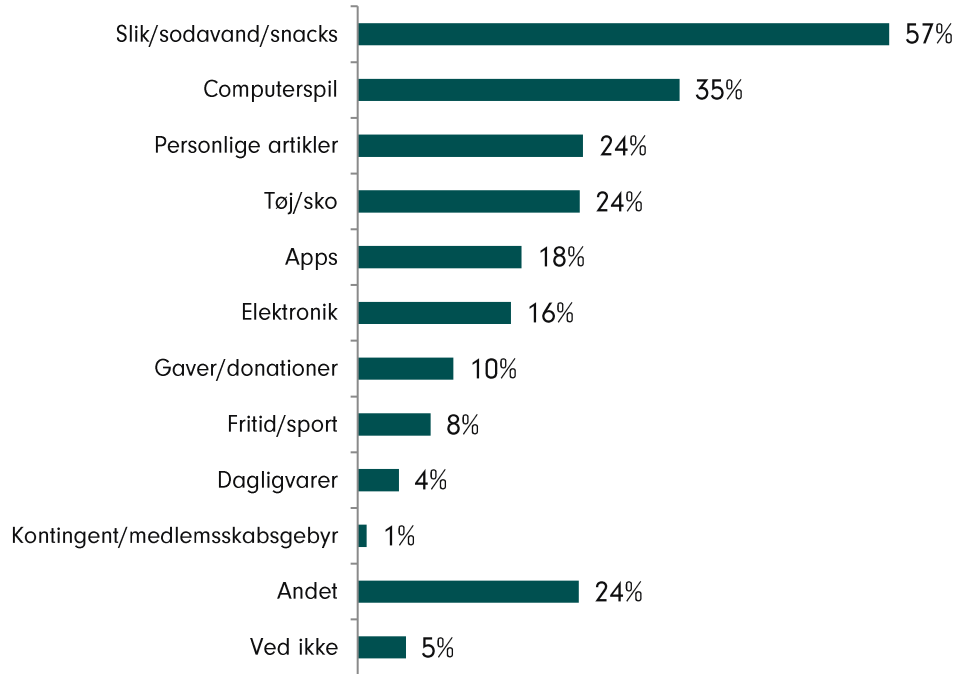
Andelen af børn som har adgang til selv at bruge hele rådighedsbeløbet



Lommepenge classic



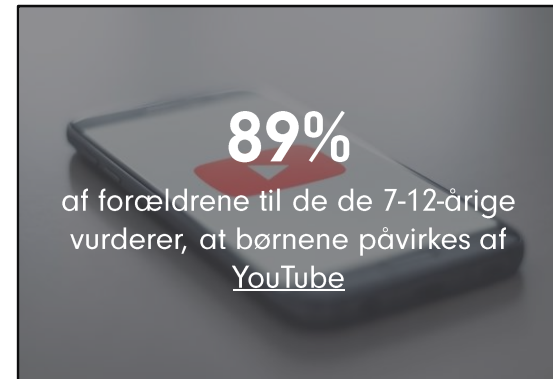
Hvilke tre produktkategorier vil du vurdere, at dit barn primært bruger penge på?



INDFLYDELSESKANALER



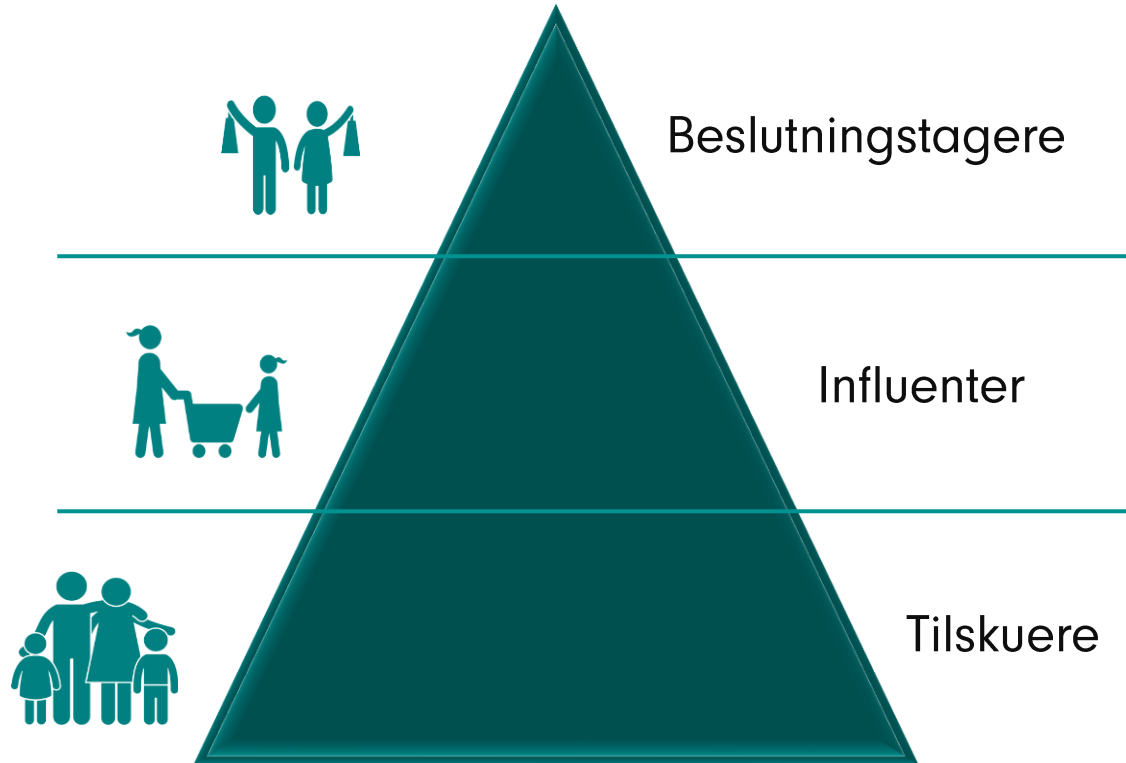
Sociale medier og venner fylder meget



Læring og Wilkes perspektiv



Børns tre roller som influenter





Beslutningstagere

Børn som beslutningstagere
på "egne" produkter

Eksempler:

- Slik og snacks
- Legetøj
- Spil
- Beklædning
- "Udstyr"
- Fornøjelser





Influenter

Beslutninger der bliver taget sammen med børnene.

Eksempler:

- Dagligvarer
- Elektronik
- TV-pakker
- Streamingtjenester
- Ferier





Tilskuere

Aktiviteter hvor børnene bliver passive tilskuere.

Eksempler:

- Køkkenfirmaer
- Møbler
- Byggemarkeder
- Plantecentre
- Ejendomsmæglere
- Serviceerhverv

