



Back to School biedt kansen

Juli 2023

Marketing.Research.B2B@adalliance.nl

Back to school periode biedt **kansen!**

Wanneer de zomervakantie erop zit, is het tijd om terug te gaan naar school. Tijdens de back to school periode gaan veel scholieren en ouders op zoek naar nieuwe spullen voor het komende schooljaar. Voor merken een interessant moment om op in te spelen.

Wat kopen (ouders van) scholieren dan zoal voor het nieuwe schooljaar? Waar halen ze hun inspiratie vandaan en hoeveel geven ze ongeveer uit?

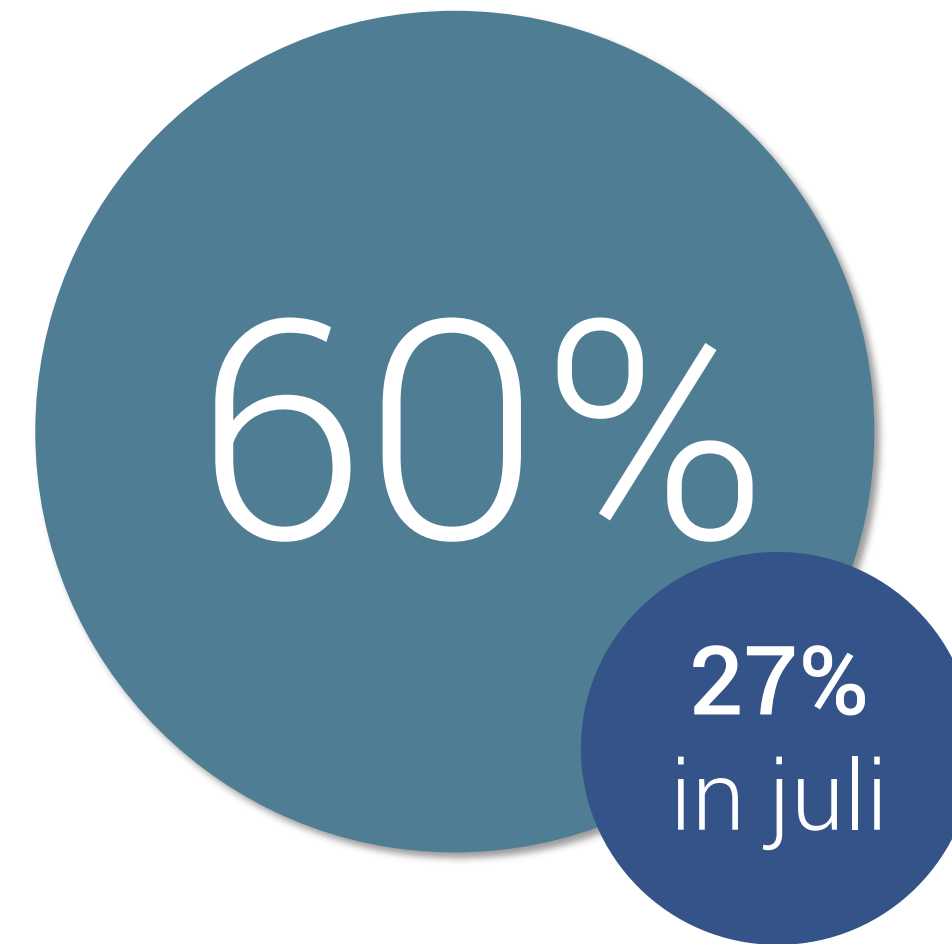
Deze vragen heeft Ad Alliance voorgelegd aan 409 ouders met kinderen van 4 t/m 18 jaar. Het onderzoek is uitgevoerd in de maand juni 2023 in samenwerking met onderzoeksbureau Dynata.



Meeste aankopen worden gedaan in augustus of later



Geeft aan nieuwe schoolspullen te kopen



Koopt nieuwe spullen in de **maand augustus** of later

Koop(t) jij of je kind nieuwe schoolspullen voorafgaand aan het nieuwe schooljaar?
En wanneer koop(t) jij of je kind nieuwe schoolspullen?



Schoolspullen worden voornamelijk in de winkel gekocht

78%

Geeft aan schoolspullen in de **(fysieke) winkel** te kopen

"Tastbaar en gezellig samen eropuit!"

21%

Geeft aan nieuwe schoolspullen **online** aan te schaffen

"Makkelijk en snel!"

€75

Wordt **gemiddeld uitgegeven** aan schoolspullen door ouders

Waar koop(t) jij of je kind grotendeels nieuwe schoolspullen?

En hoeveel euro geef(t) jij en/of je kind gemiddeld uit aan nieuwe schoolspullen?

Schrijfwaren, kleding, schoenen en tassen worden het meest gekocht



83%

Schrijfwaren en schoolartikelen



65%

(Sport-)kleding en/of schoenen



57%

Schooltas, laptotas of tablethoes



54%

Broodtrommels of drinkflessen



26%

Elektronica
(laptop, smartphone)



12%

Schoonheidsartikelen



10%

Sieraden of bril



Kwaliteit en prijs dé belangrijkste elementen bij aanschaf

- Naast kwaliteit en prijs speelt **duurzaamheid bij ouders** een grote rol in de aankoop van schoolspullen
- Bij **kinderen** zijn ook **het merk** (bij kleren, tassen en elektronica), **de laatste trends** (bij schrijfwaren) en **bekende karakters van TV of afgebeelde influencers** (op bijv. broodtrommels) van invloed

Heb je behoefte aan meer insights over duurzaamheid?

Vraag ons Ad Alliance duurzaamheidsonderzoek op

Kan je aangeven welke elementen voor jou/voor jouw kind belangrijk zijn in de aanschaf van het product?

Kind beslist (mee) in de aanschaf

58%

geeft aan dat het
kind ideeën
aandragt

▲  71% basisschool

 50% middelbare school

36%

geeft aan dat het
kind zelf kiest

 23% basisschool

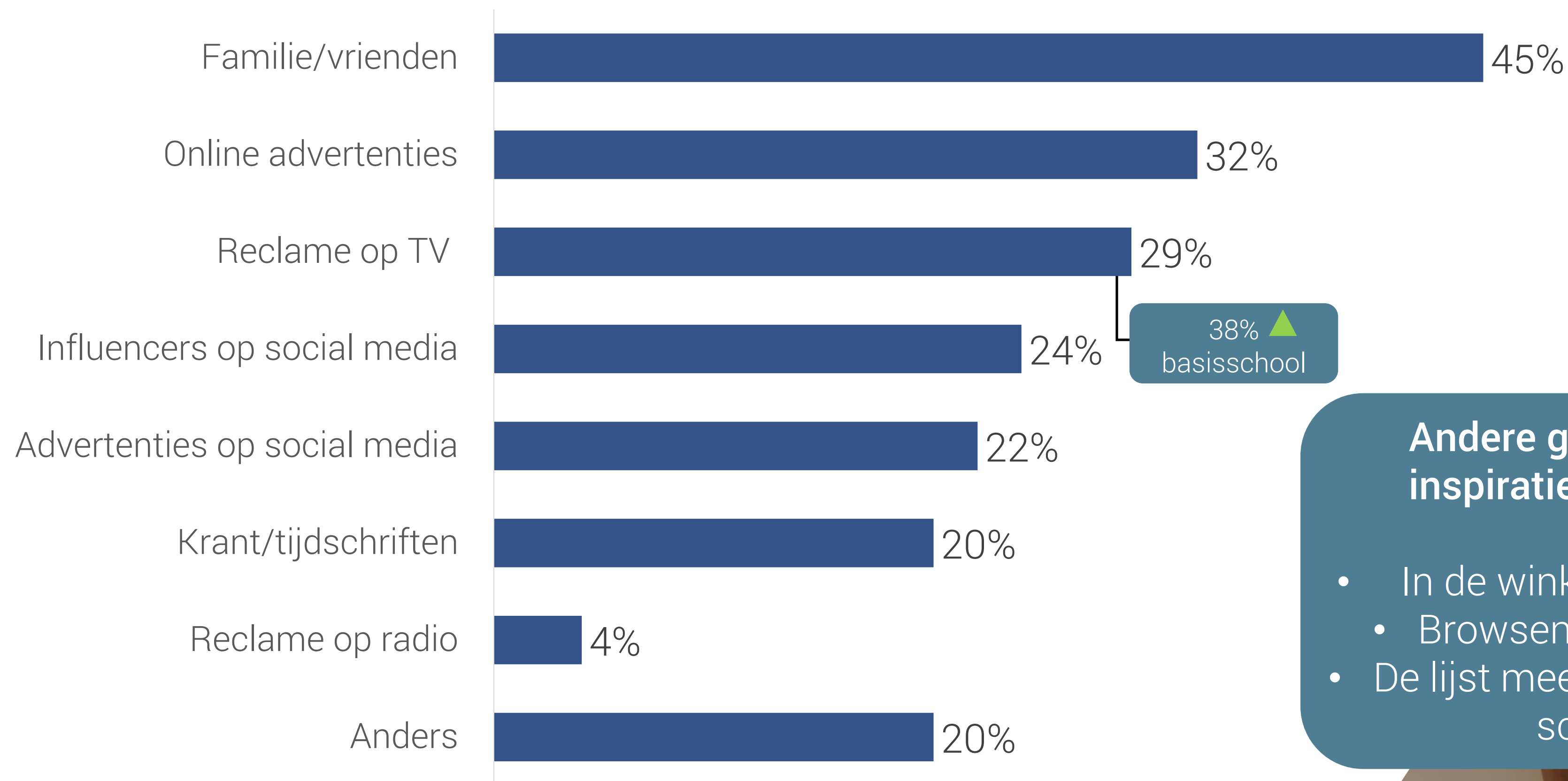
▲  45% middelbare school

6%

van de ouders
beslist zelf

▲ Significant t.o.v. middelbare- of basisschool kinderen

Online ads en reclame op TV zijn belangrijke **inspiratiebronnen**



▲ Significant t.o.v. middelbare school scholieren

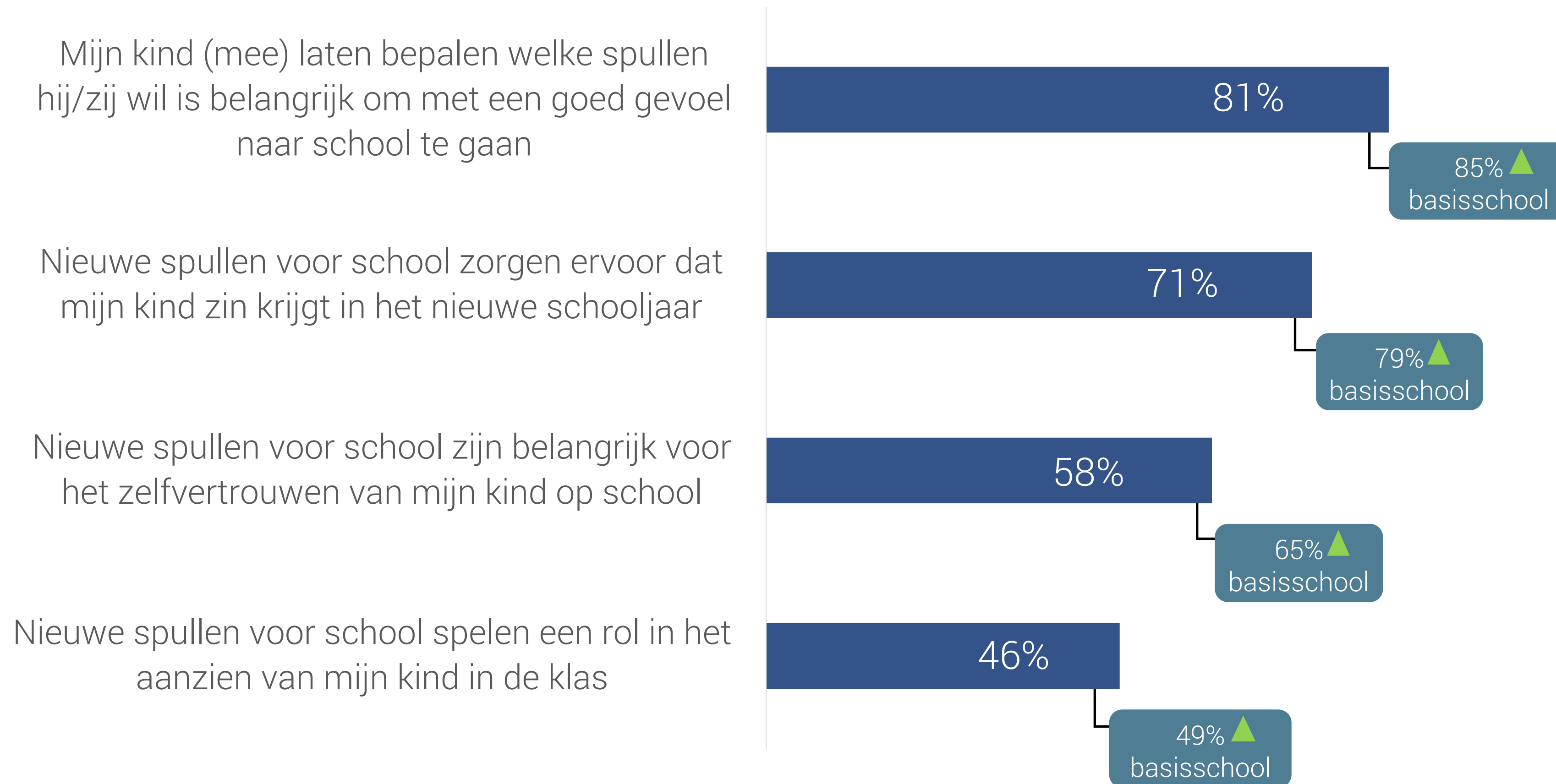
Waar haal(t) jij of je kind inspiratie vandaan voor nieuwe schoolspullen?

Andere genoemde inspiratiebronnen:

- In de winkel *on-the-spot*
- Browsen op internet
- De lijst meegegeven door school



Aanschaf nieuwe spullen belangrijk voor 'zin in school' en zelfvertrouwen kind



Kan je aangeven in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen?
Top-2, (helemaal) mee eens

▲ Significant t.o.v. middelbare school kinderen

Hoe kunnen merken **inspelen op de back to school** periode?

- Met online ads zijn zowel scholieren als ouders goed te bereiken.
- De meeste spullen worden in de fysieke winkel gekocht. Besteed aandacht aan back to school op de winkelvloer, die wordt vaak spontaan genoemd als inspiratiebron voor aanschaf.
- Kwaliteit en prijs van het product zijn voor zowel ouders als kinderen/jongeren belangrijk, benadruk dat in je uiting.
- Voor ouders is duurzaamheid een belangrijk thema, voor jongeren/kinderen het gebruik van de laatste trends en/of samenwerkingen met bekende (TV) karakters. Goed om op in te spelen, afhankelijk van de doelgroep van je campagne.





Vragen?

Neem contact met ons op

Marketing.Research.B2B@adalliance.nl