

NEWS, INSIGHTS & INSPIRATIONEN AUS DEM FAMILIENMARKETING

**FAMILY
AFFAIRS**

webinar

#22



WEBINAR | JULI 2026



Ingo Keßler

Director Client Services & Strategy

“

**Im Anschluss an das
Webinar werden
alle Inhalte online
zur Verfügung
stehen. Der Link
kommt per E-Mail.**

”



KB&B begleitet den Launch des „kleinen ICE Flitzer“ von der frühen Konzeption über Verpackung bis zur crossmedialen Kommunikation.



Für den Launch der Produktinnovation Alete Kinderteller entwickelte KB&B eine nationale Bewegtbild-Kampagne, die Convenience neu erzählt.

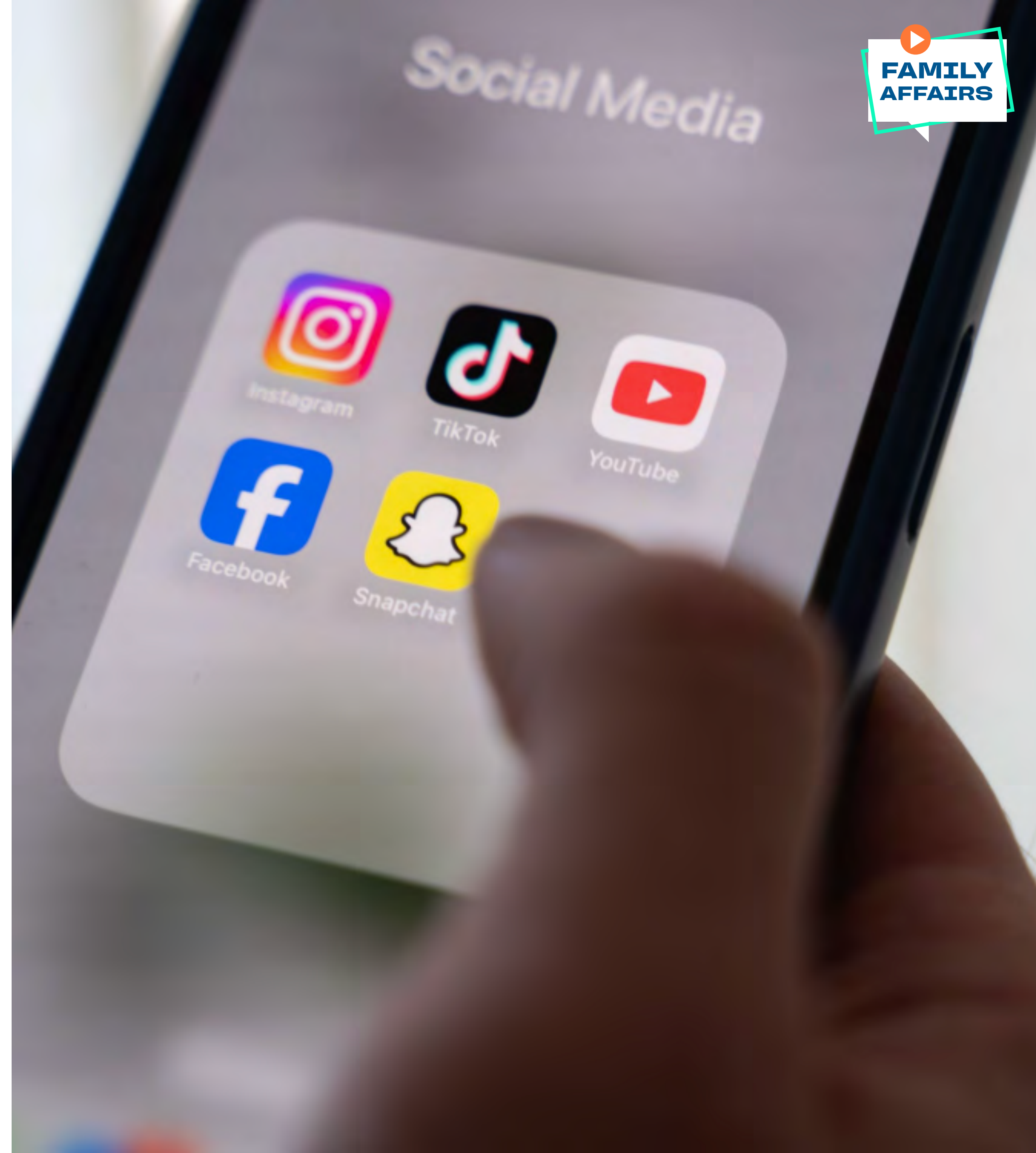


Für die Unicorn Academy entwickelte KB&B ein pädagogisch begleitetes Freiarbeits-Set, das die Markenwerte didaktisch sinnvoll in den Grundschulalltag überführt.

Markenmomente, die Generationen begeistern

KB&B - Family Marketing Experts: Eure Spezialagentur für Familien- und Kindermarketing.

Gericht verurteilt Meta wegen zu wenig Kinderschutz

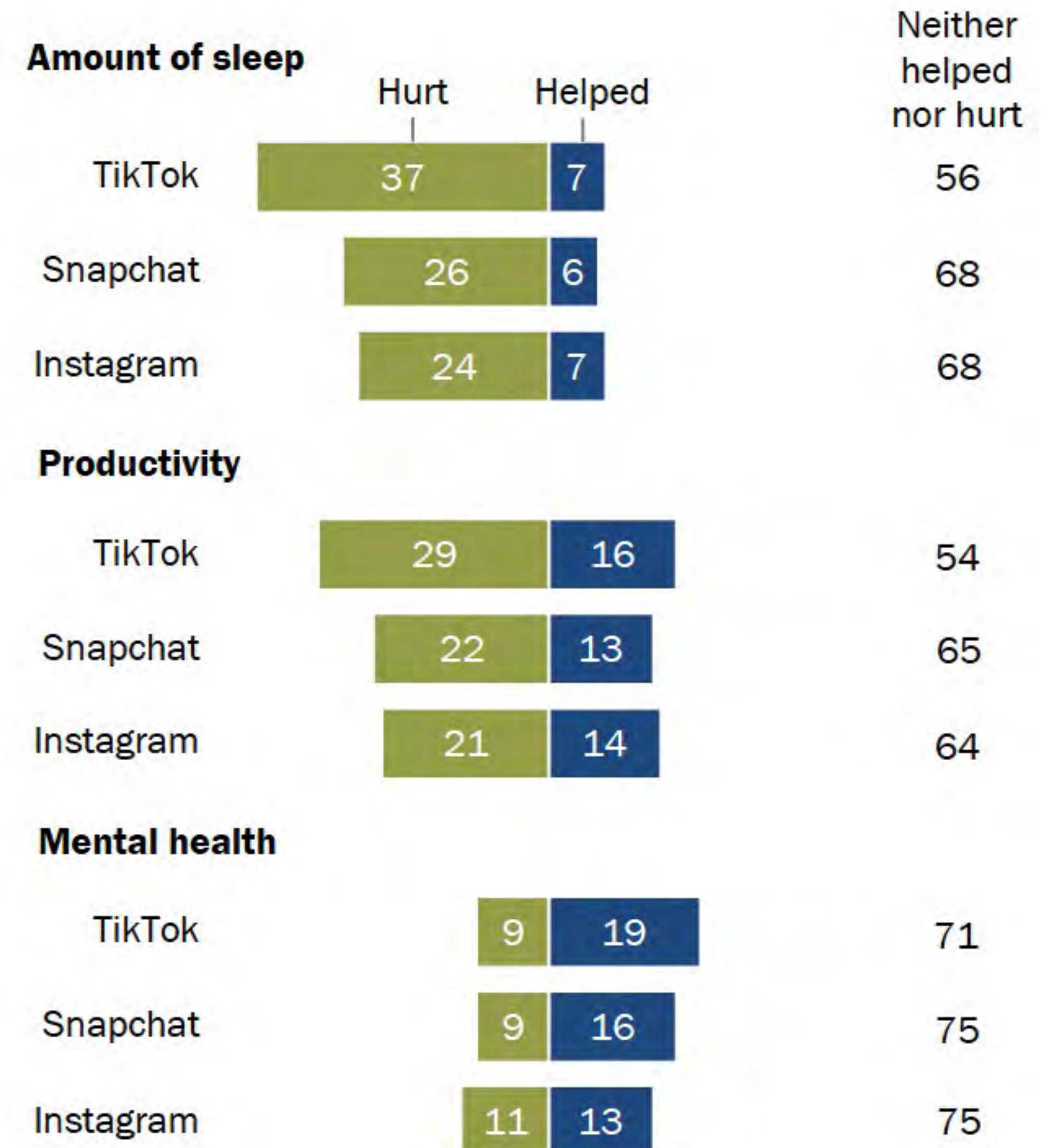


Teens halten TikTok für am schädlichsten

Teen TikTok users stand out for saying it hurts their sleep and productivity



% of each platform's U.S. teen users who say that using it has hurt or helped their ...



Social Media Verbot hält Jugendliche nicht auf



Mit falschem Schnurrbart durch die Alterskontrolle



“

**Kinder und
Jugendliche vor den
Gefahren sozialer
Medien zu schützen,
ist eine komplexe
Herausforderung.**

”

News-Marken dominieren TikTok-Charts

Folgst du Nachrichtenkanälen auf Social Media
Na klar = 🥰 Ein paar = 👍 Ach was, Quatsch = 🤪

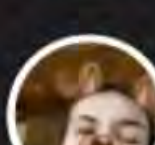
TIKTOK CHARTS

FAMILY
AFFAIRS

BRANDS

1.  @zeit ↑5
29 K
2.  @derstandard ↑5
24 K
3.  @nicetoknow
23 K
4.  @redbull ↓2
22 K
5.  @zeitimbild ↓2
16 K
6.  @transfermarkt neu
13 K
7.  @adidas neu
13 K
8.  @zagros030 ↓3
12 K
9.  @porsche ↑1
11 K

CREATORS

1.  @herra
192 K
2.  @jjinda
151 K
3.  @nade
150 K
4.  @lamb
142 K
5.  @jules
132 K
6.  @dann
122 K
7.  @jessi
103 K
8.  @julia
94 K
9.  @laser
93 K
10.  @karin
83 K

» Likes (Median des gesamten Monats)

YouTube zwischen Jugendschutz und Bildungsauftrag



Instagram bindet Eltern stärker ein



“

**Im Umgang mit Social
Media muss
Jugendschutz mit
kuratiertem Zugang zu
Nachrichten und Bildung
balanciert werden.**

”

Despite everything, TikTok is still where Gen Z goes for culture. When looking for culturally relevant content (entertainment, pop culture, local experiences) 37% of Gen Z turns to TikTok first. That's nearly double any other platform, and no other generation relies on a single app this heavily.

Source	Gen Z	Millennials	Gen X	Boomers
TikTok	37%	14%	10%	3%
YouTube	22%	26%	25%	24%
Google	18%	31%	39%	50%
Instagram	18%	21%	15%	7%

The question isn't if Gen Z will leave TikTok. It's whether TikTok can give them a reason to stay.

Platform Relevancy Scorecard (Gen Z)

Platform	Daily Use	Will Use More	Cutting Back	Unfavorable	Wish Gone	Net Health
YouTube	66%	44%	6%	9%	10%	Strong
Instagram	73%	39%	15%	21%	21%	Fragile
TikTok	65%	42%	16%	15%	25%	Fragile
Snapchat	48%	36%	18%	21%	26%	Fragile
X/Twitter	34%	29%	23%	29%	30%	Troubled
Facebook	49%	40%	17%	26%	21%	Fragile

Gen Z kehrt Social Media den Rücken

**Social Media ist nicht
mehr sozial**



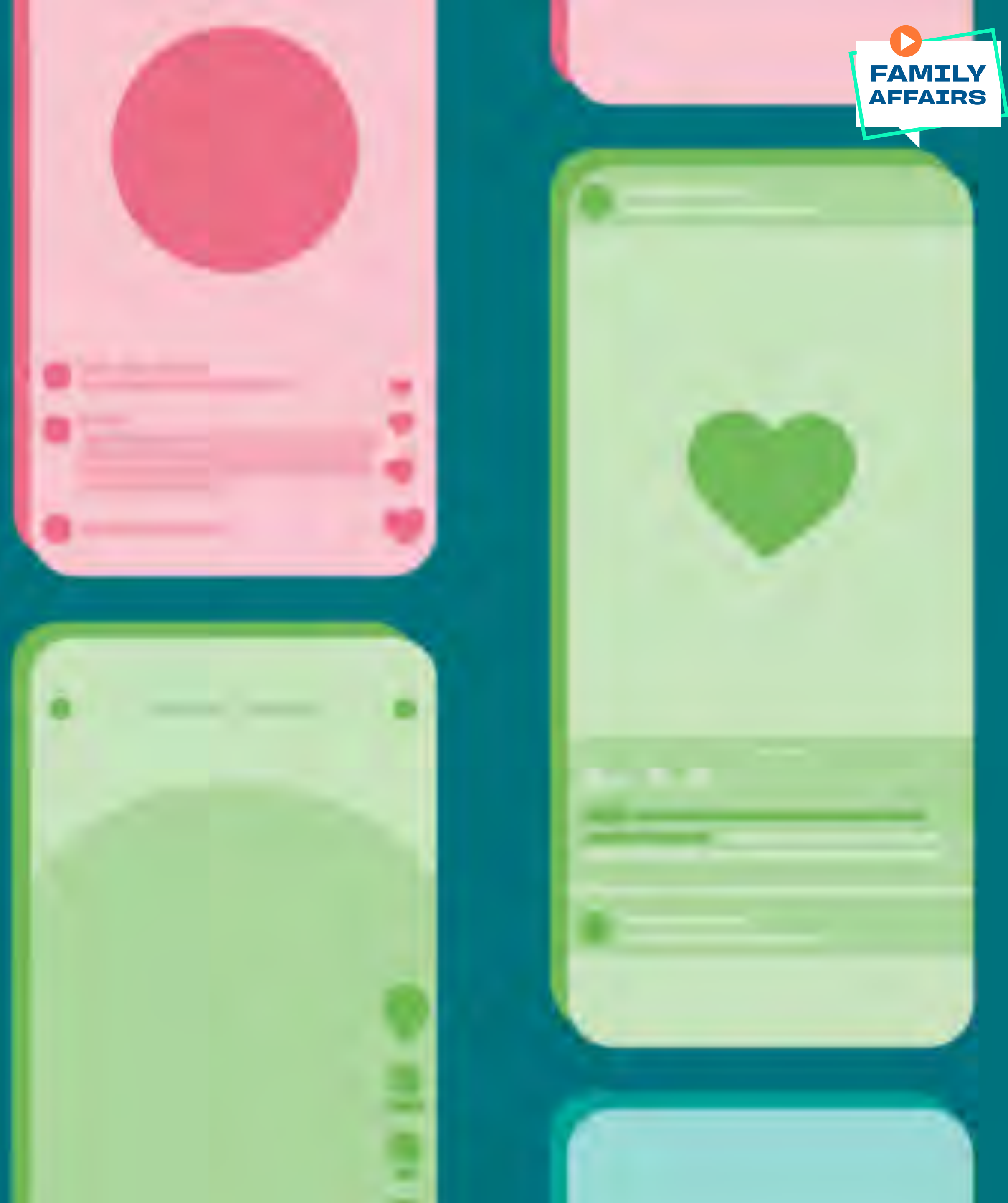
YouTube erweitert Direktnachrichten in Europa



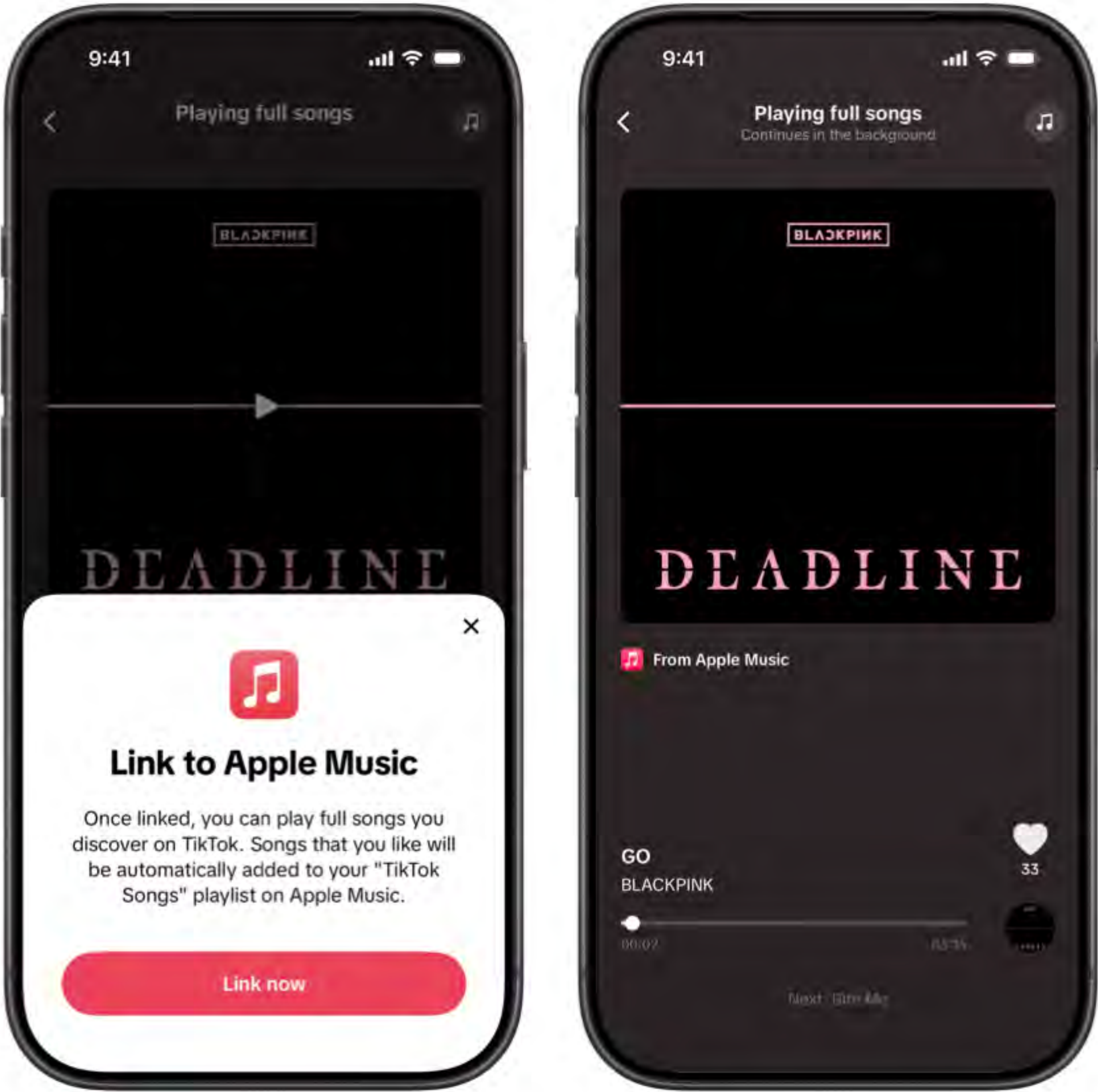
Say hello to direct messaging on YouTube

Now you can send and reply to videos without leaving the app. People who open your links can see and message your channel. [See privacy settings.](#)

Kinder nutzen WhatsApp als Social-Media-Ersatz



TikTok und Apple verknüpfen Musik und Social Media



“

**Gerade Kinder und
Jugendliche finden
immer Wege, ihr
Mediennutzungsverhalte
n dynamisch anzupassen
– Marken bleiben ständig
im Zugzwang.**

”

Endlich im Kader – die wahren Ballprofis



Playmobil setzt zur WM auf Kidfluencer



Bist du mit deiner Marke auf den WM-Zug aufgesprungen?

Ja, mit großem Budget = 🎉 Ein kleines bisschen = 😅 Nee, das passt nicht = 🙄

Die MLB will die Kids zum Baseball bringen



“

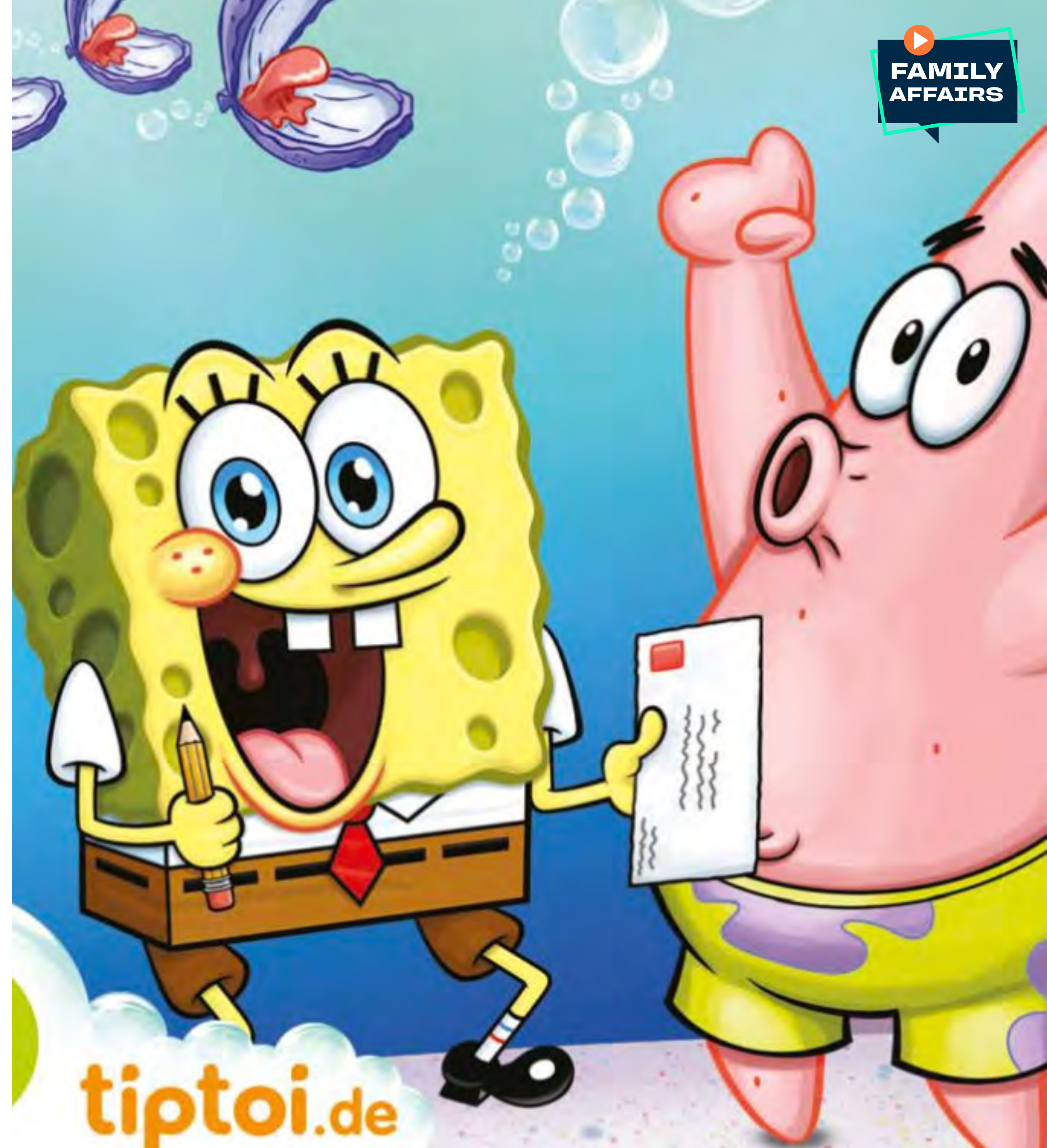
Um Kinder und Jugendliche wirklich für sich zu begeistern, braucht es gute Ideen und Augenhöhe statt nur Sponsoring und Superstars.

”

Bluey macht
klassische Musik



SpongeBob wird zu einer Briefmarke



Bastei Lübbe gibt Hörbüchern eine physische Form



Minecraft wird zum physischen Erlebnis



Kann man deine Marke irgendwie physisch erleben?

Na klar, in erster Linie = 😍 Es gibt da Mittel und Wege = 🎢 Gute Idee, ich lege los = 😂

“

**Bei aller Digitalisierung
bieten reale Erlebnisse
immer noch Tiefe, um
Marken mit echtem Leben
zu füllen.**

”

Netflix bündelt Kinderspiele

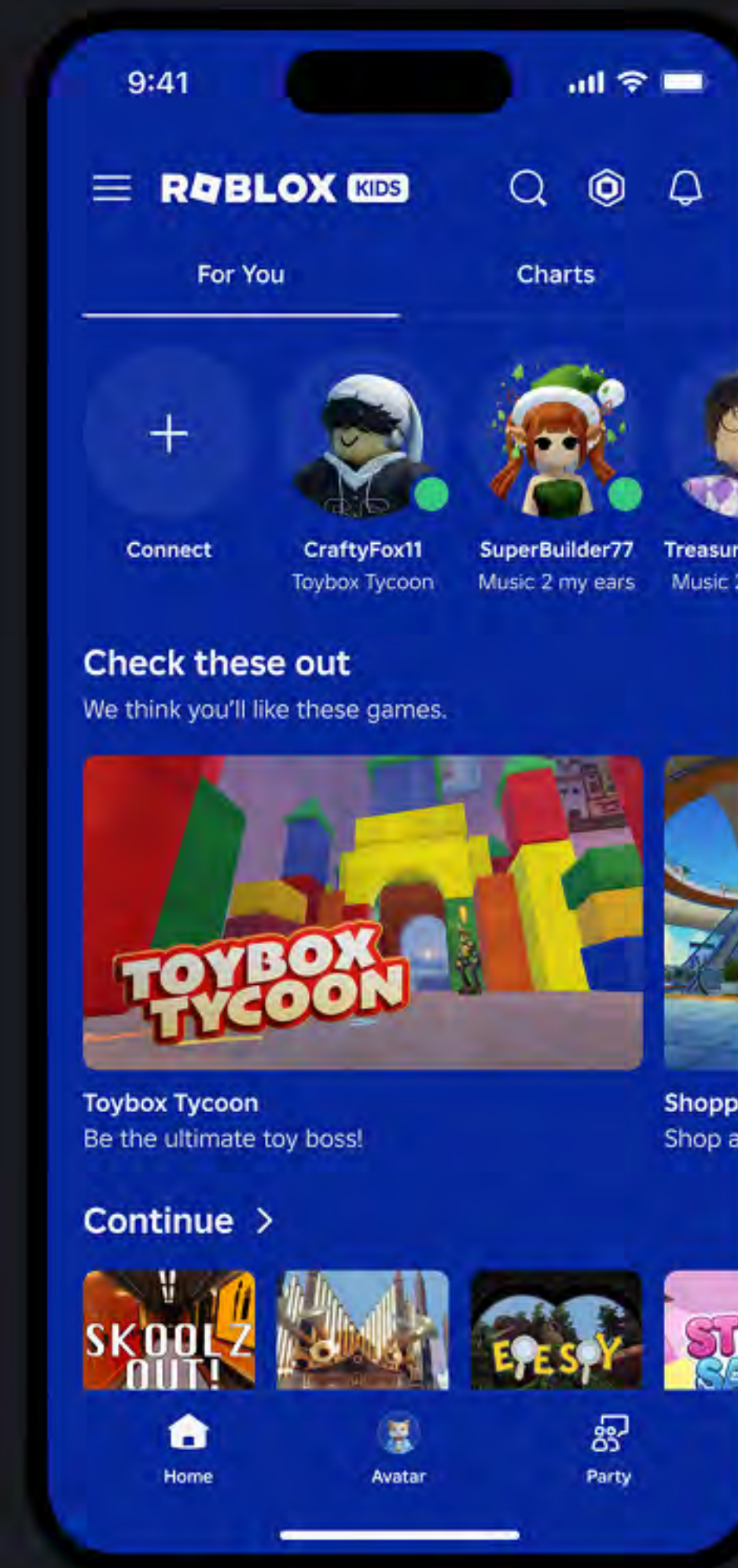


Lego fördert kindersichere Videospiele

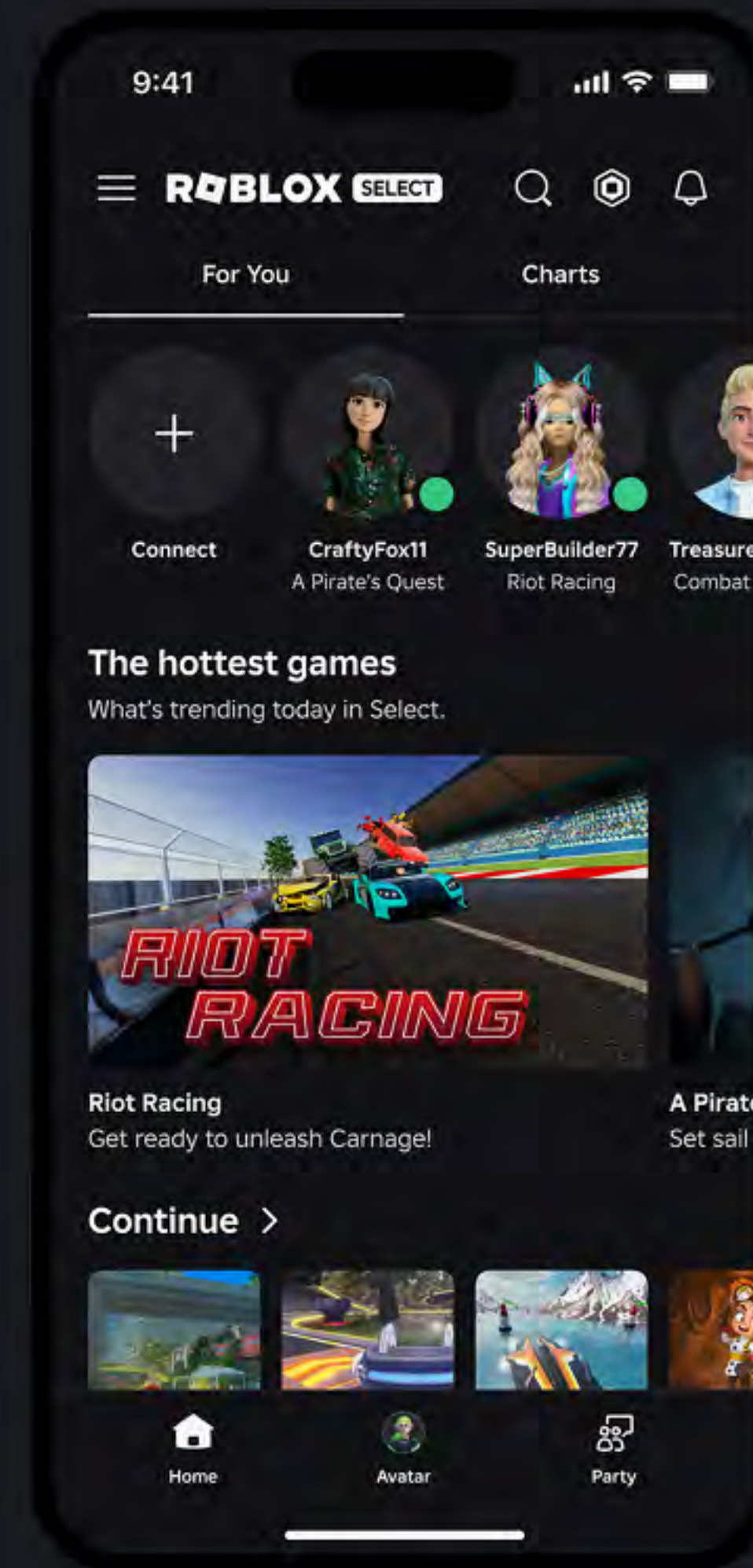


Roblox führt altersbasierte Accounts ein

Roblox Kids Under 9



Roblox Select 9 - 15



Roblox investiert in Creator-Nachwuchs

ROBLOX

“



**Gaming ist ein
elementarer
Bestandteil von
Kindheit – und nach und
nach wird es auch so
behandelt.**

”

Pokémon GO trifft LEGO



Spin Master setzt auf Mobile-Game-Lizenz



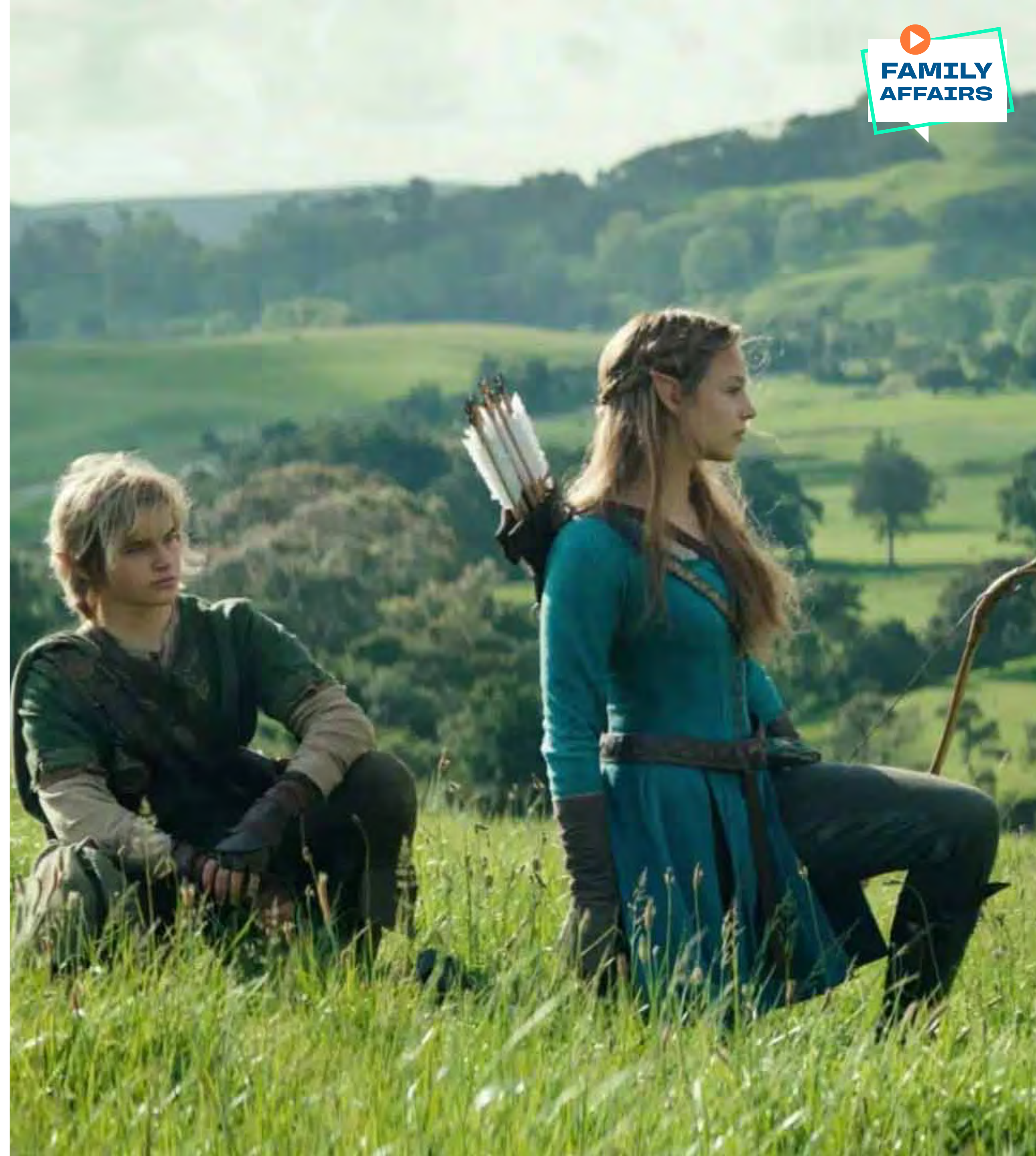
National Gallery of Art bringt noch mehr Kunst auf Roblox



Baobab Studios will Roblox-Games zu Filmen und Serien machen



The Legend of Zelda kommt als Live-Action- Film ins Kino

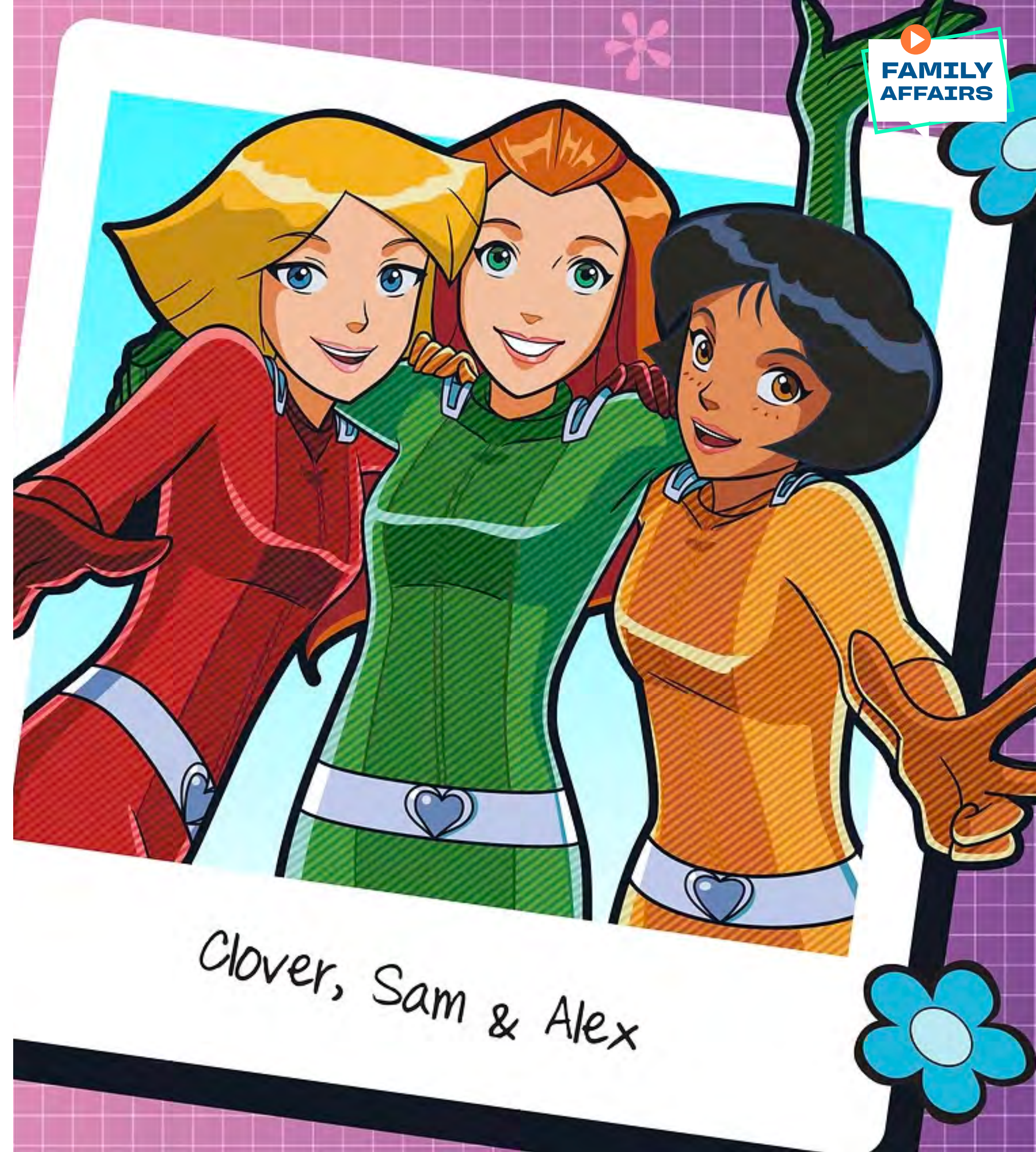


“

**Gaming versammelt
inzwischen so viel
Fandom, dass es digitale
Welten in physische
Erlebbarkeit
transportiert.**

”

Kids-Marken setzen auf Monetarisierung bei YouTube



Disney überträgt seine YouTube-Vermarktung an Lumee



Wie steht's um deine YouTube-Präsenz?

Unser wichtigster Kanal = 😍 Wir sind da, immerhin = 🎉 Inexistent = 😞

KI beginnt, Produktrecherchen zu beeinflussen



Social Media ersetzt zunehmend Google



RTL+ kommt in die Edeka-App



“

**Es wird immer wichtiger,
zu verstehen, welche
Kanäle in Familien von
wem und wie genutzt
werden und wo sie
Entscheidungen treffen.**

”

Drei Fragen an dich:

#01

Weißt du wirklich, wo und wie deine junge Zielgruppe heute Medien nutzt – und reagierst du schnell genug auf den ständigen Wandel?

#02

Bietest du echte Erlebnisse über alle Touchpoints hinweg – oder verlässt du dich noch auf Reichweite, Sponsoring und große Namen?

#03

Verstehst du die Entscheidungswege im Konstrukt Familie gut genug, um an den richtigen Stellen präsent zu sein?

FAMILY AFFAIRS

weekly

JETZT ZUM
NEWSLETTER
ANMELDEN!



“

**Wir freuen uns über
Feedback – in der
Befragung oder auf
direktem Weg per Mail,
Telefon, LinkedIn...**

”

Tesco's Obstrieze reist durch UK



VIELEN DANK!



**FAMILY
AFFAIRS**

webinar

#22