



Marktstudie 2021 baby Informations- und Geschenkpaket



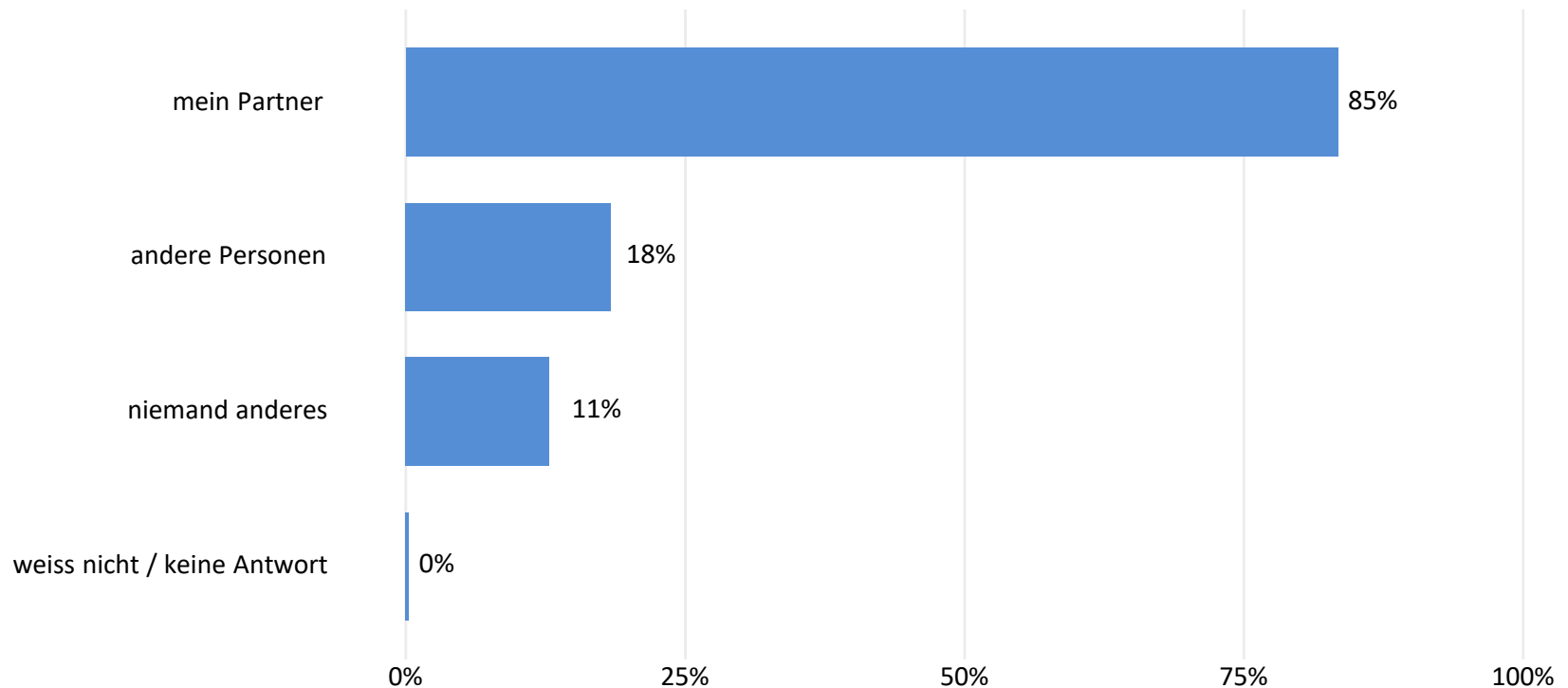
Studiendesign

	baby Informations- und Geschenkpaket
Methode	Online-Interviews
Befragungszeitraum	03. - 10. Mai 2021
Grundgesamtheit / Zielgruppe	Empfängerinnen des baby Informations- und Geschenkpaketes und des baby Ratgeber-Buches = Frauen, die kürzlich entbunden haben
Repräsentativität	Die Studie ist repräsentativ in der Zielgruppe «junge Mütter». Der Vertrauensintervall liegt bei 95 % Sicherheit. Die Fehlertoleranz beträgt max. +/- 4.2 Prozentpunkte.
Region	Deutsch- und Westschweiz
Adressen	3'478 Adressen (davon 2'680 D-CH und 798 F-CH)
Stichprobengrösse	n = 699 Befragte, welche das baby Informations- und Geschenkpaket und das darin enthaltene baby Ratgeber-Buch erhalten haben
Ausschöpfung	20 % (keinen Reminder verschickt)
Marktforschungsinstitut	gfs-zürich, Markt-& Sozialforschung, 8006 Zürich



Wer **ausser Ihnen** hat bis heute den Inhalt dieses baby Geschenköfflerlis angeschaut?

Basis: Haben das Köfferli erhalten & angeschaut, Mehrfachnennung, n = 561

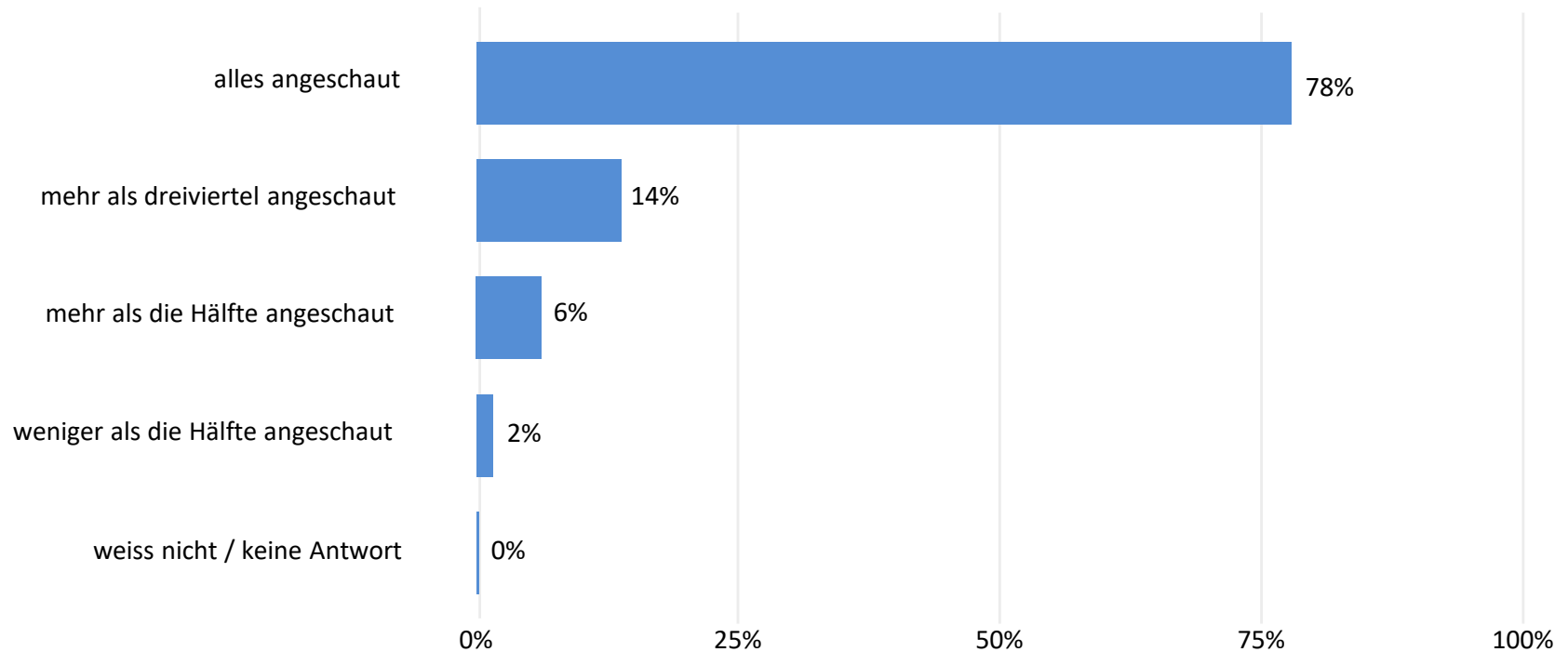


Die Zahlen zeigen, dass der Inhalt des baby Informations- und Geschenkpaketes nicht «nur» von den jungen Müttern angeschaut wird, sondern auch von den Vätern (85 %). Und knapp 20 % sind Verwandte und Bekannte, die das baby-Köfferli auch anschauen.



Wie intensiv haben Sie den Inhalt dieses baby Geschenkköfferlis angeschaut?

Basis: Haben das Köfferli erhalten & angeschaut, n = 561

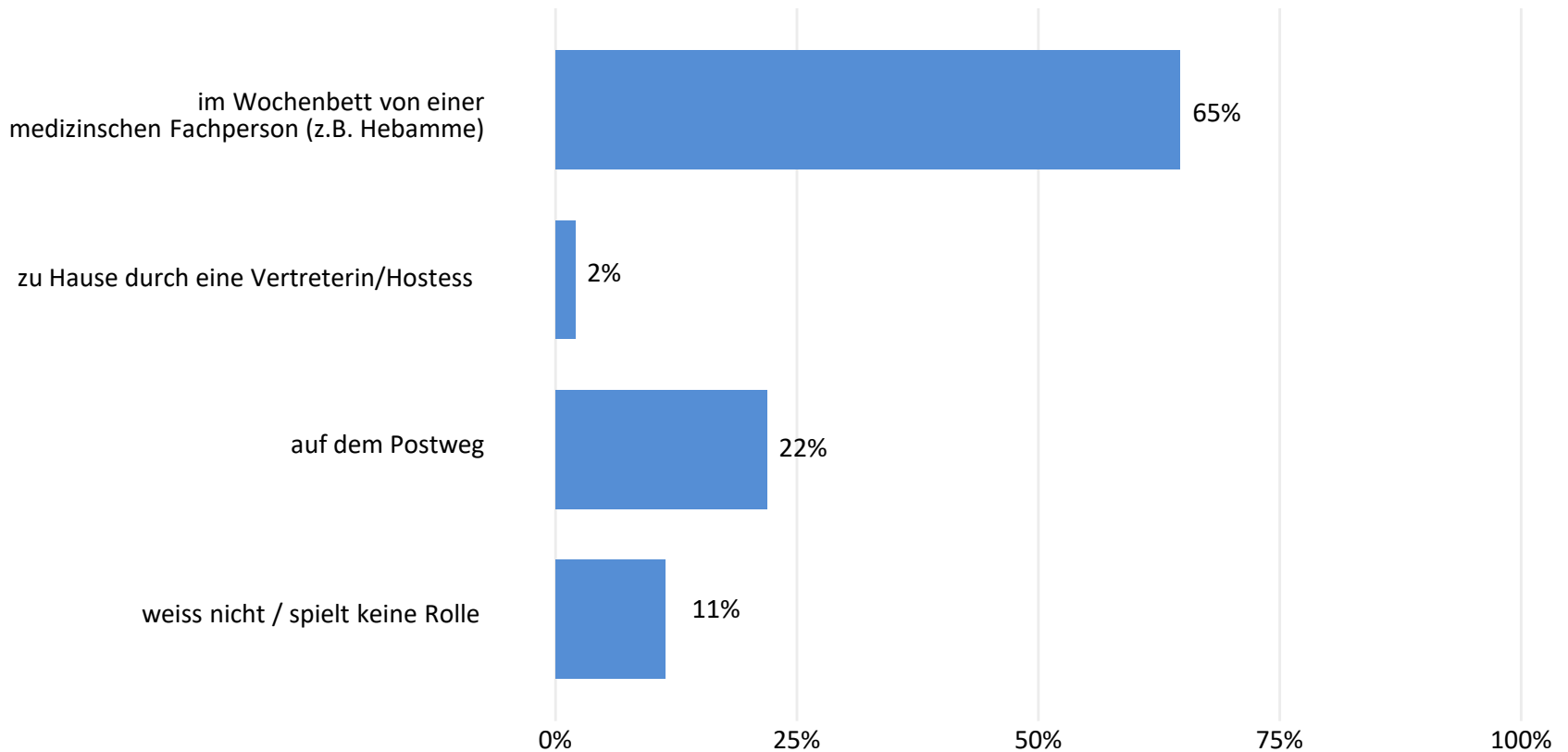


Die sehr hohe Nutzungsintensität und die hohe Beachtung der Beilagen durch die Empfängerinnen zeigt den sehr grossen Informationsbedarf, den junge Eltern haben. Rund acht von zehn Befragten (78 %) haben den gesamten Inhalt des baby Informations- und Geschenkpaketes angeschaut, der doch sehr umfangreich ist.



Ganz allgemein: Wie sollte Ihnen ein Informations- und Geschenkpaket, wie zum Beispiel das baby Geschenkköfferli, bei der Geburt übergeben werden? Was bevorzugen Sie?

Basis: Haben das Köfferli erhalten & angeschaut, n = 561

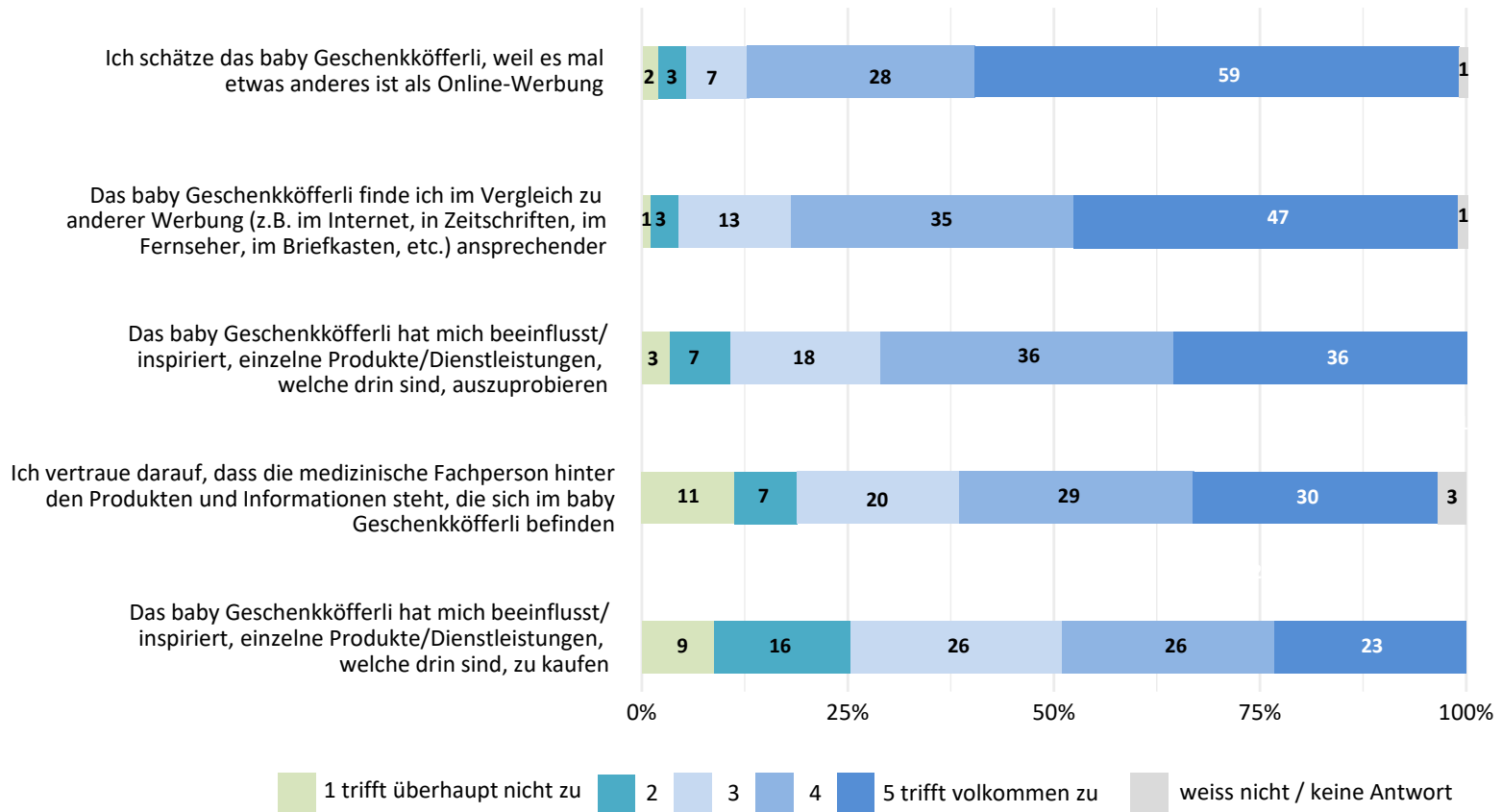


Die Übergabe des baby-Köfferlis über medizinische Fachpersonen (gleichzeitig auch Vertrauensperson) wird von fast zwei Drittel der Befragten sehr geschätzt. Diese Verteilungsart weckt Vertrauen und gibt den Empfängerinnen ein gutes und sicheres Gefühl zum Köfferli-Inhalt.



Bitte beurteilen Sie das baby Geschenkköfferli zu folgenden Aussagen:

Basis: Haben das Köfferli erhalten & angeschaut, n = 561, Angaben in Prozent



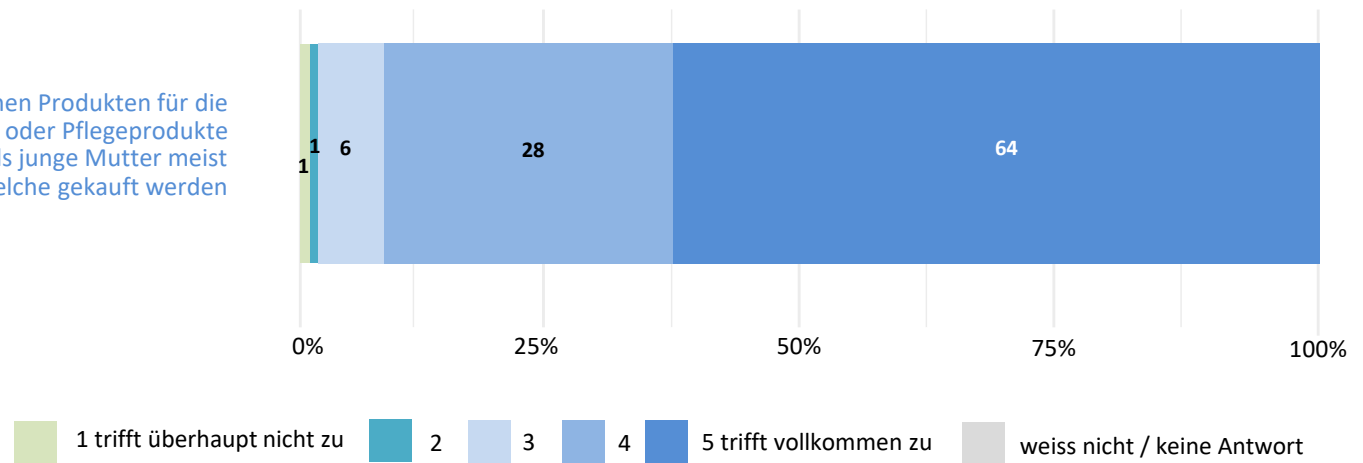
Die durchwegs sehr positiven Beurteilungen zeigen, dass haptische Information und Werbung sehr gut ankommt. Das baby-Köfferli präsentiert nach der Geburt nützliche Angebote in einem positiven, stimulierenden Umfeld, welche die Bereitschaft unterstützt, sich mit den beworbenen Produkten intensiv auseinander zu setzen.



Wie stark trifft die folgende Aussage auf Sie persönlich zu?

Basis: Total, n = 699, Angaben in Prozent

Beim Kauf von alltäglichen Produkten für die Familie wie Nahrung, Kleider oder Pflegeprodukte entscheide ich als junge Mutter meist selbst, welche gekauft werden



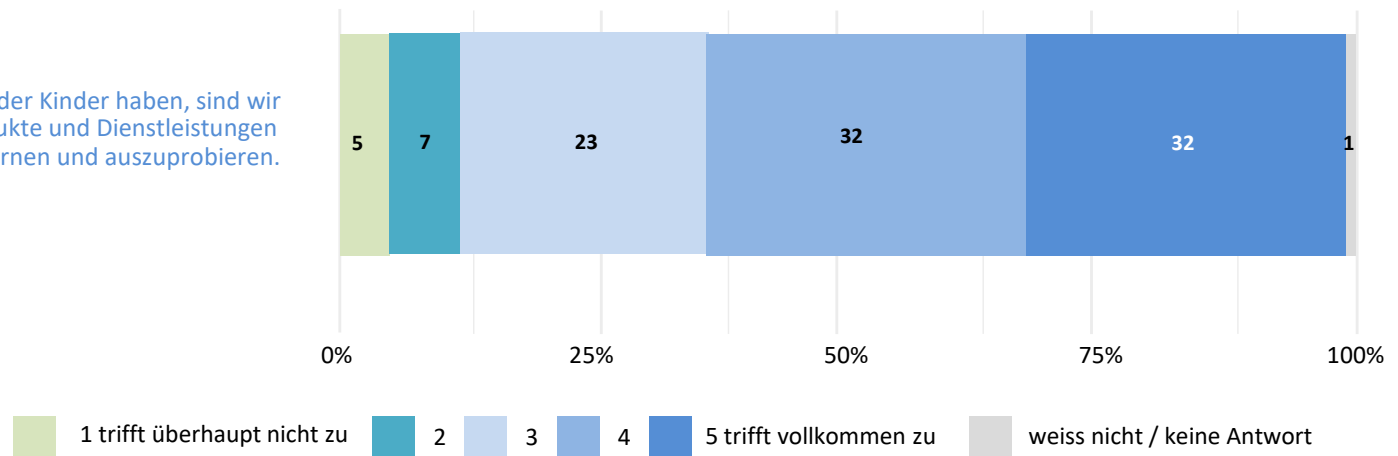
Neun von zehn befragten Müttern (92 %) stimmen der Aussage zu, dass sie beim Kauf von alltäglichen Produkten meist selbst entscheiden. Die Resultate belegen, dass der Kaufentscheid für klassische Konsumgüter bei den Müttern resp. bei der haushaltführenden Person liegt. Dies zeigt auch, dass die Promotion im baby Informations- und Geschenkpaket auch für Produkte, die nicht für die jungen Eltern sondern den Familienalltag bestimmt sind, grosse Chancen bietet.



Wie stark trifft die folgende Aussage auf Sie persönlich zu?

Basis: Total, n = 699, Angaben in Prozent

Seit wir ein Kind oder Kinder haben, sind wir offener, neue Produkte und Dienstleistungen kennen zu lernen und auszuprobieren.



Rund 2/3 der Befragten sind generell offen, neue Produkte und Dienstleistungen kennen zu lernen. Deshalb sind junge Eltern und Familien eine sehr interessante Zielgruppe, um neue Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren.



Wie gut kann man Sie mit den nachfolgenden Werbe-Möglichkeiten ansprechen:

Basis: Total, n = 699 / Skala: 5 = sehr gut, 1 = überhaupt nicht gut

