



# Marktstudie 2021 baby Ratgeber-Buch



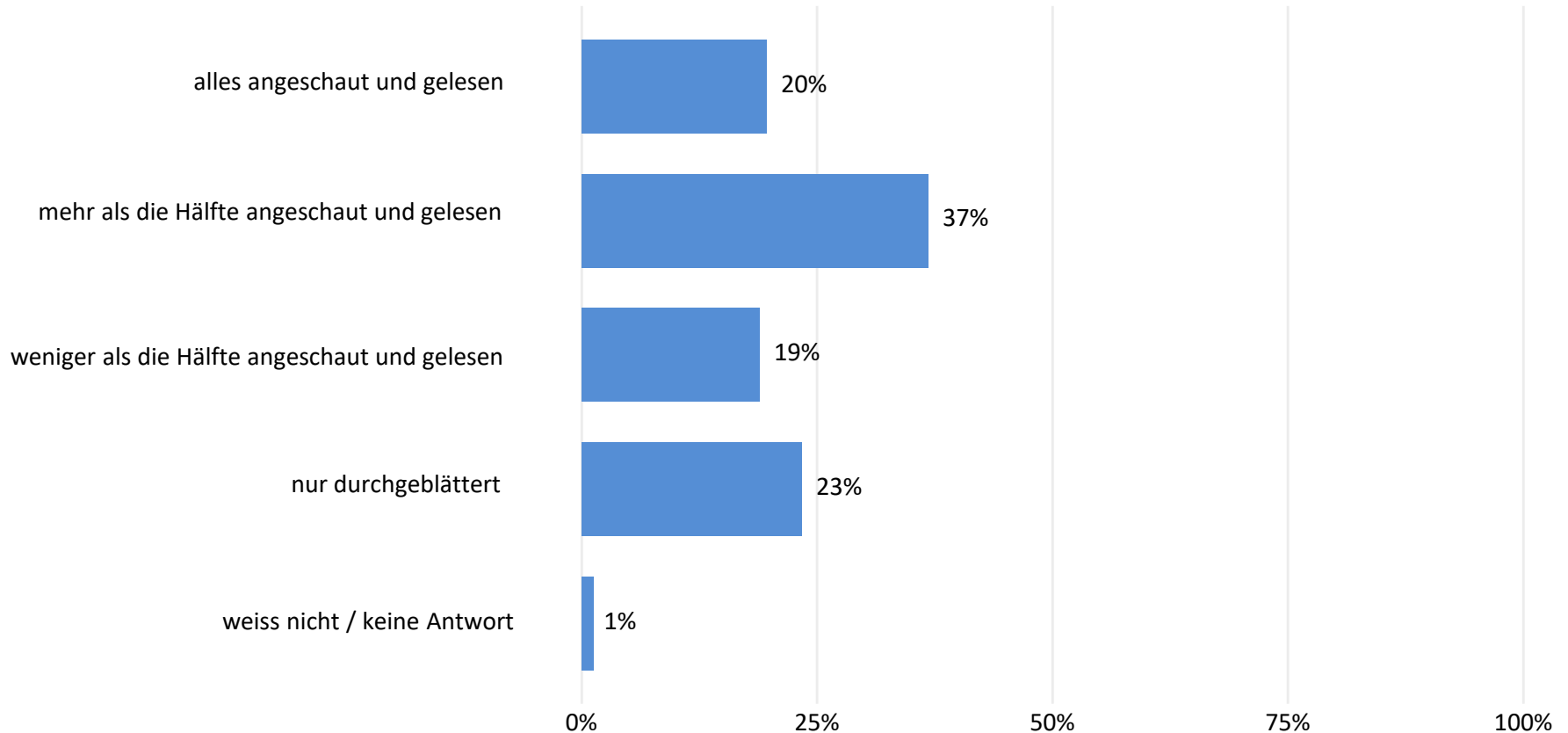
## Studiendesign

	<b>baby Ratgeber-Buch</b>
Methode	Online-Interviews
Befragungszeitraum	03. - 10. Mai 2021
Grundgesamtheit / Zielgruppe	Empfängerinnen des baby Ratgeber-Buches und/oder des baby Informations- und Geschenkpaketes = 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. +/- 5.0 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



## Wie intensiv haben Sie dieses baby Ratgeber-Buch bis jetzt benutzt?

Basis: Haben das Ratgeber-Buch selbst benutzt, n = 402

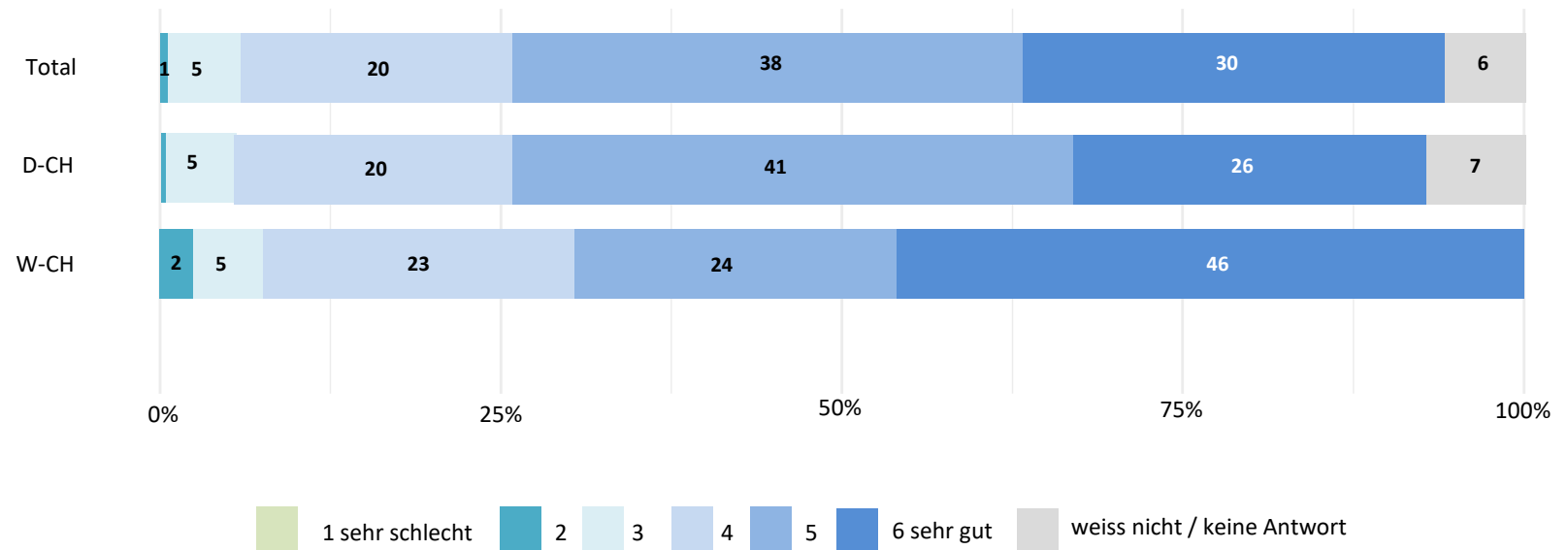


Mehr als die Hälfte der Befragten haben zum Befragungszeitpunkt (ein Teil der Befragten hat den Ratgeber erst vor kurzem erhalten) das gesamte oder mindestens die Hälfte des Ratgeber-Buches angeschaut und gelesen. Somit hatten sich ein Grossteil der jungen Eltern sehr intensiv mit dem Inhalt des baby Ratgeber-Buches auseinandergesetzt, was sich auch sehr positiv auf die Sichtbarkeit der Inserate bei der Zielgruppe auswirkt.



## Wie bewerten Sie insgesamt das baby Ratgeber-Buch?

Basis: Haben das Ratgeber-Buch selbst benutzt, n = 402, Angaben in Prozent

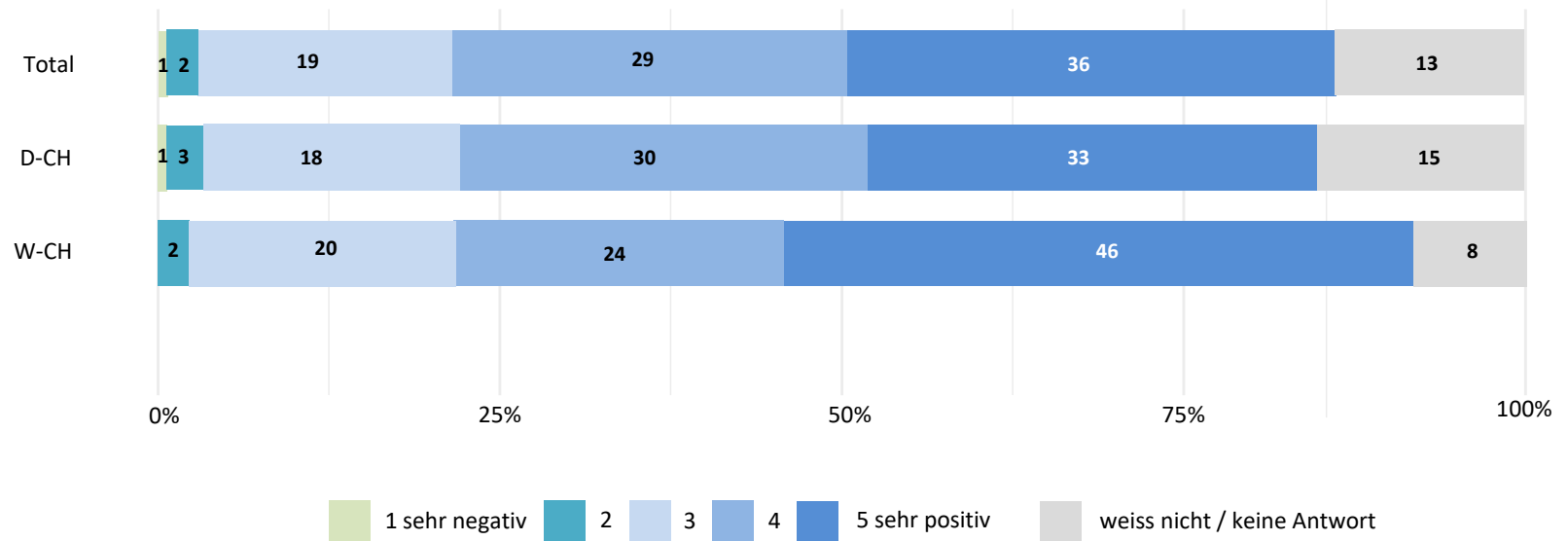


Rund 70 % der LeserInnen beurteilen das baby Ratgeber-Buch mit «sehr gut» oder «gut». Dieser aussergewöhnlich gute Wert zeigt, dass das baby Ratgeber-Buch sehr beliebt ist und den Bedürfnissen der jungen Eltern entspricht.



## Empfinden Sie es als positiv, dass Sie das baby Ratgeber-Buch von einer medizinischen Fachperson (z.B. Hebamme) erhalten haben?

*Basis: Haben das Ratgeber-Buch selbst benutzt, n = 402*

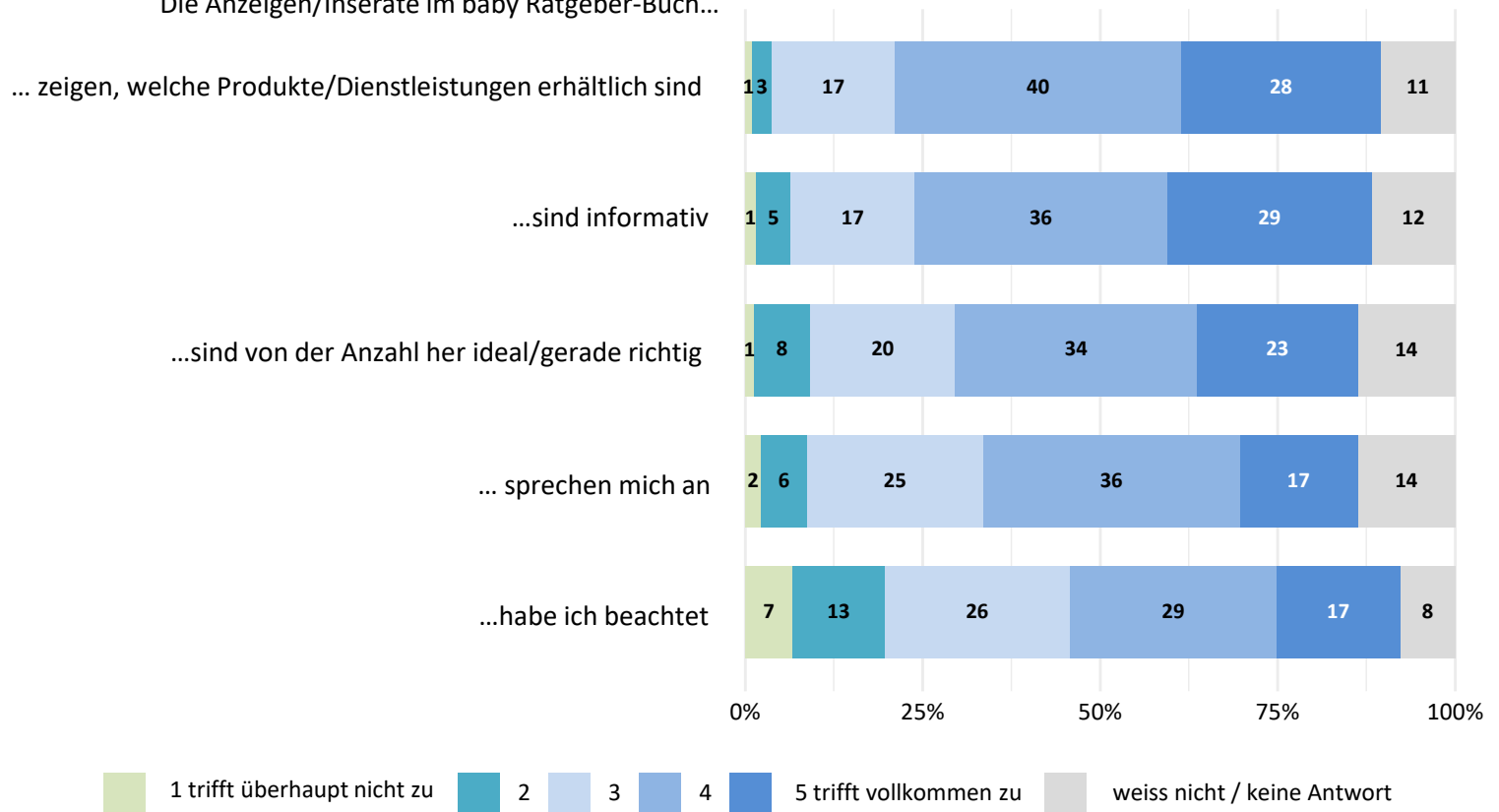


Die persönliche Übergabe des Ratgebers durch eine medizinische Fachperson wird von knapp 2/3 der Befragten als sehr positiv oder positiv beurteilt. Dies zeigt, dass die Abgabe über eine Vertrauensperson von der Zielgruppe sehr geschätzt wird und das Ratgeber-Buch durch dies einen markant höheren Stellenwert erlangt.

## Bitte beurteilen Sie die Anzeigen im baby Ratgeber-Buch.

Basis: Haben das Ratgeber-Buch selbst benutzt, n = 402, Angaben in Prozent

Die Anzeigen/Inserate im baby Ratgeber-Buch...



Die Werbung im baby Ratgeber-Buch genießt eine sehr hohe Akzeptanz. Dies zeigt auch, dass junge Eltern positiver auf gezielte, auf deren Bedürfnisse ausgerichtete Werbung eingestellt sind, als gegenüber allgemeiner Werbung. Die Anzeigen sind somit ein Türöffner und ein idealer Kontaktzeitpunkt zu jungen Eltern.

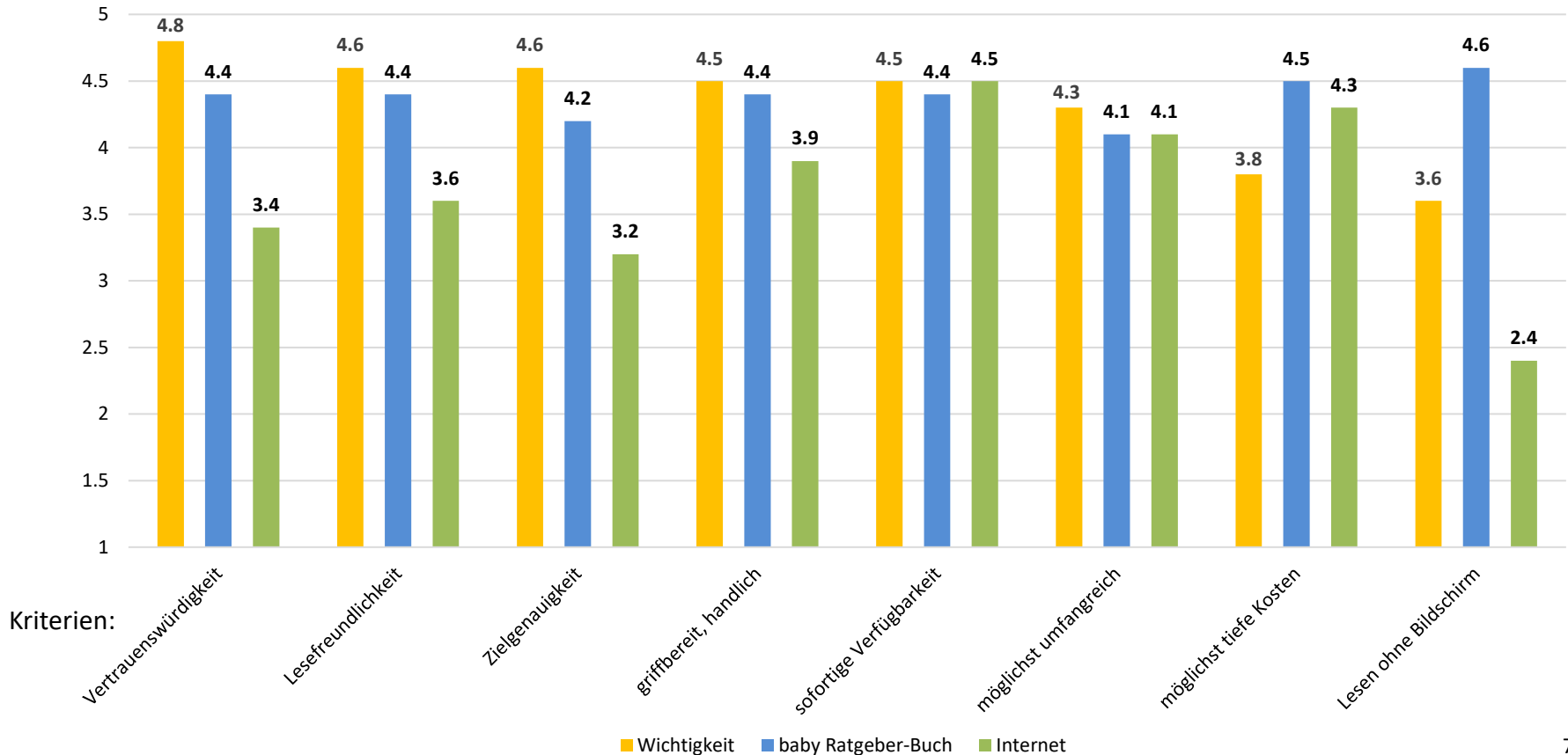


## Gegenüberstellung baby Ratgeber-Buch und Informationen aus dem Internet

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

Fragestellung:

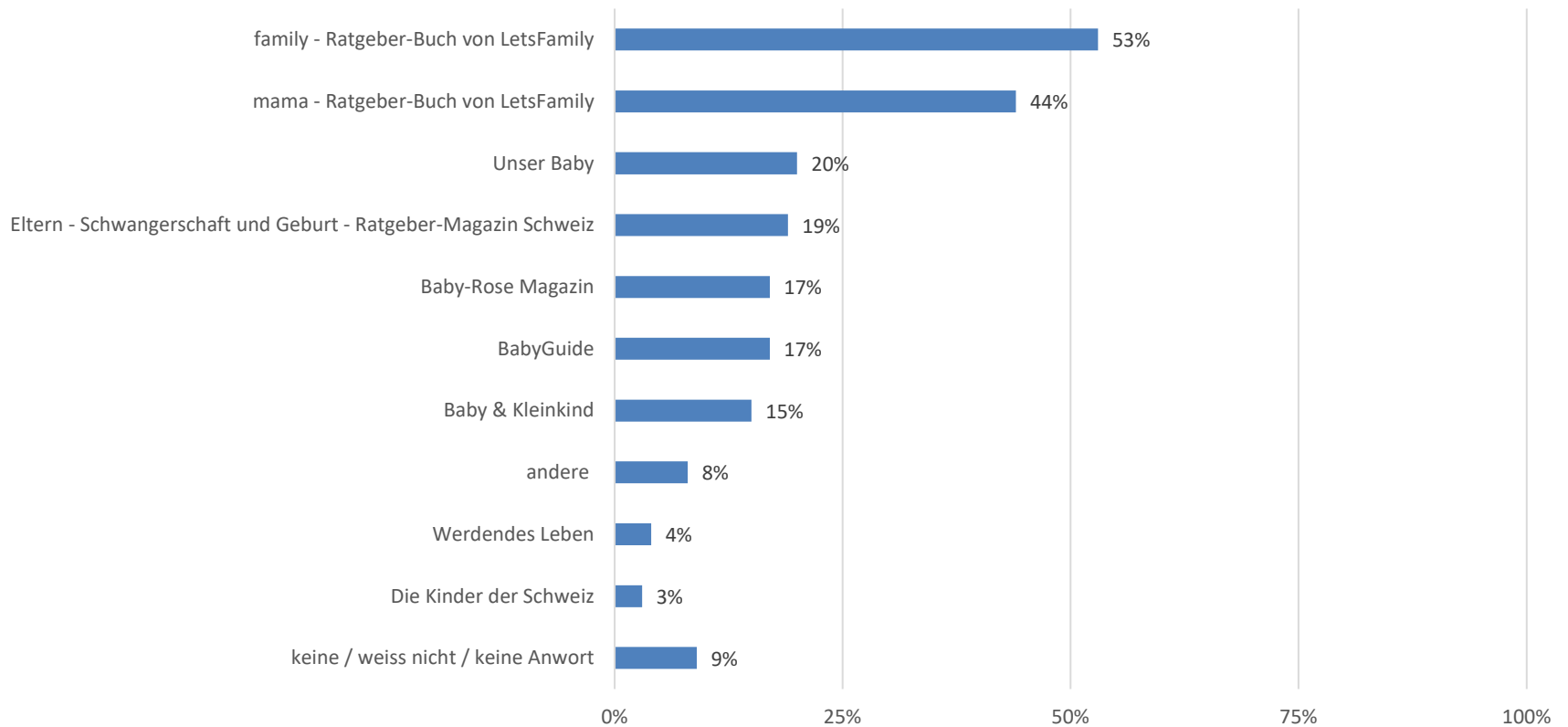
1. Wenn Sie sich zum Thema Schwangerschaft, Geburt und Baby/Kind informieren: Wie wichtig ist Ihnen dann... (→ siehe Kriterien unten):
2. Wie sehr erfüllt das baby Ratgeber-Buch Ihrer Meinung nach folgende Kriterien (siehe unten)?
3. Wie sehr erfüllen Informationen aus dem Internet Ihrer Meinung nach folgende Kriterien (siehe unten)?





Welche von diesen Eltern- und Familien-Ratgebern (Jahresausgaben) haben Sie schon gelesen?

Basis: Total, n = 699, Mehrfachnennungen, Angaben in Prozent



Durchschnittlich wurden von den Befragten drei Publikationen genannt.

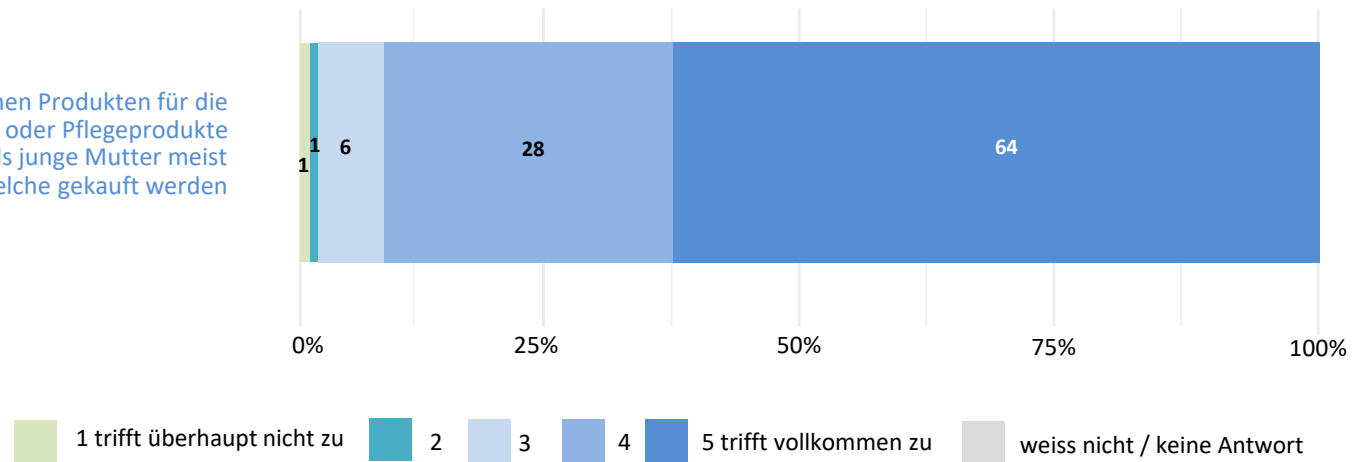




## Wie stark trifft die folgende Aussage auf Sie persönlich zu?

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



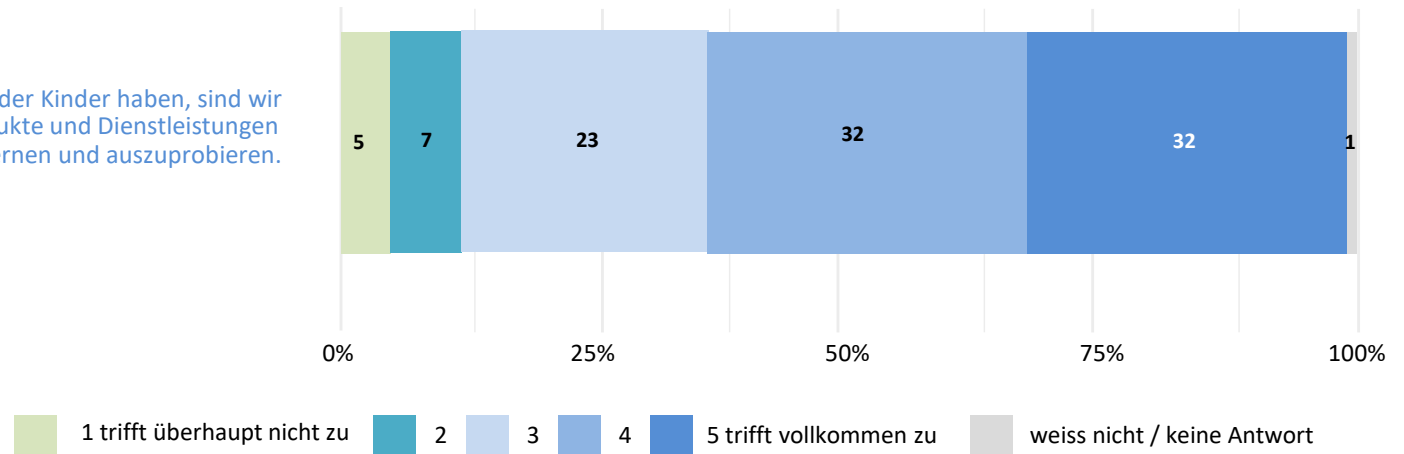
Neun von zehn befragten Müttern (92 %) stimmen der Aussage zu, dass sie beim Kauf von alltäglichen Produkten meist selbst entscheiden. Die Resultate belegen, dass der Kaufentscheid für klassische Konsumgüter bei den Müttern resp. bei der haushaltführenden Person liegt. Dies zeigt auch, dass die Promotion im baby Ratgeber-Buch 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*

