



Marktstudie 2021 mama Ratgeber-Buch



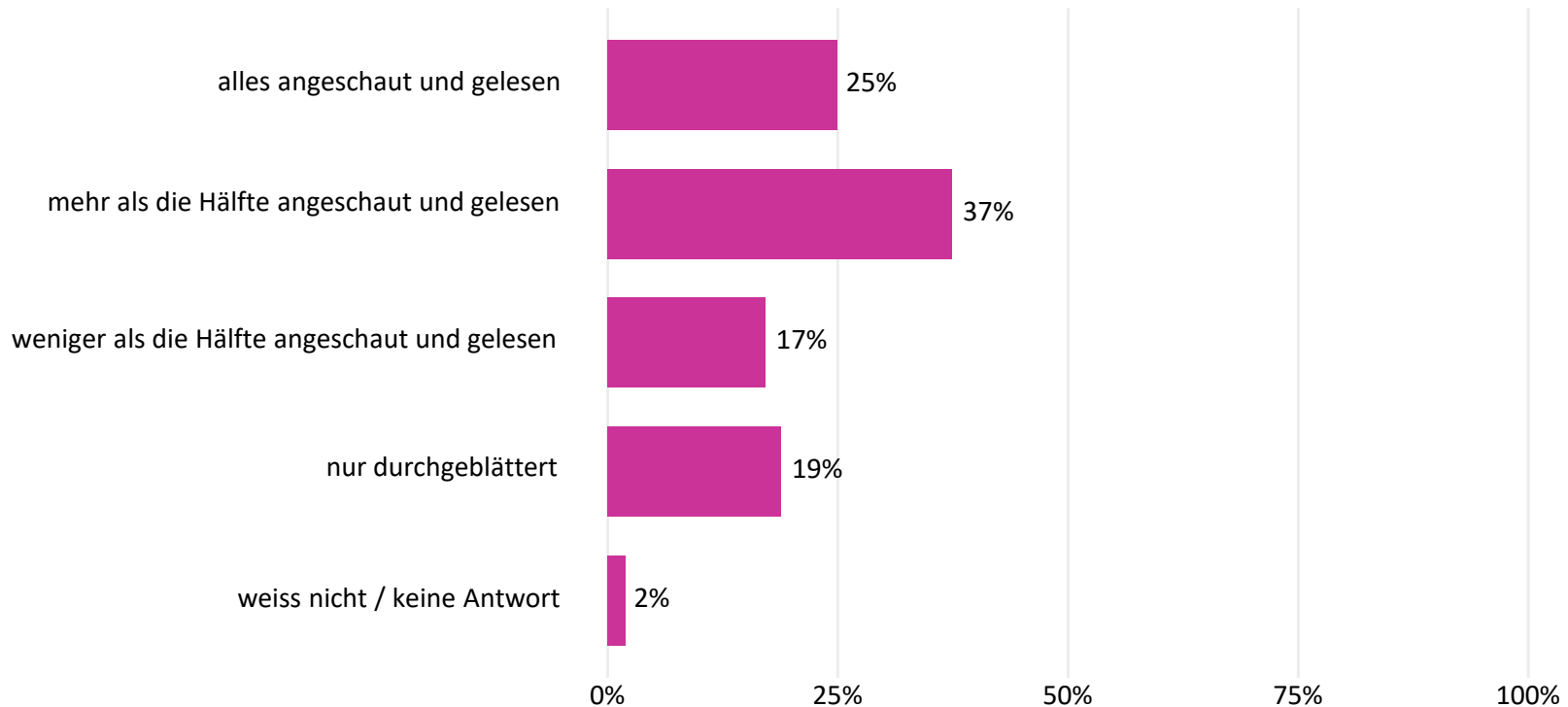
Studiendesign

	mama Ratgeber-Buch
Methode	Online-Interviews
Befragungszeitraum	03. - 21. Mai 2021
Grundgesamtheit / Zielgruppe	Empfängerinnen des mama Ratgeber-Buches und/oder des mama Informations- und Geschenkpaketes = schwangere Frauen
Repräsentativität	Die Studie ist repräsentativ in der Zielgruppe «Schwangere». Der Vertrauensintervall liegt bei 95 % Sicherheit. Die Fehlertoleranz beträgt max. +/- 4.9 Prozentpunkte.
Region	Deutsch- und Westschweiz
Adressen	2'802 Adressen (davon 2'063 D-CH und 739 F-CH)
Stichprobengrösse	n = 730 Befragte, welche das mama Ratgeber-Buch und/oder das mama Informations- und Geschenkpaket erhalten haben
Ausschöpfung	26 % (keinen Reminder verschickt)
Marktforschungsinstitut	gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung, 8006 Zürich



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

Basis: Haben das Ratgeber-Buch selbst benutzt, n = 409

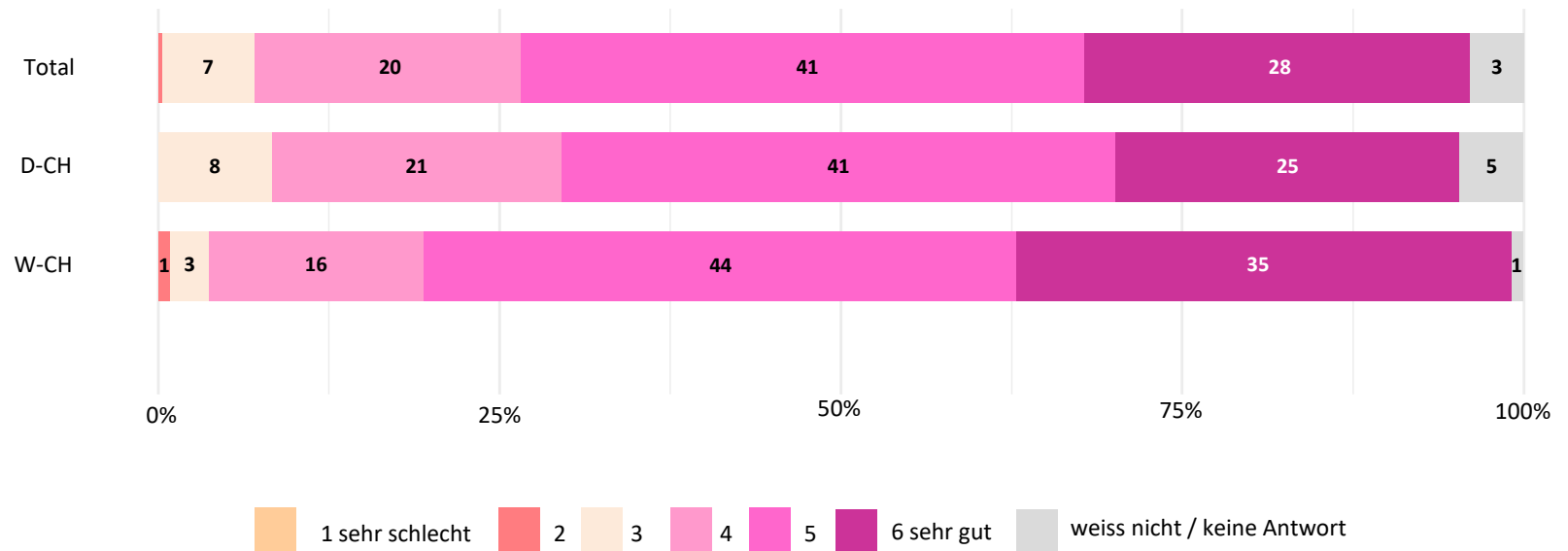


Knapp 2/3 der Befragten haben zum Befragungszeitpunkt (ein Teil der Befragten hat den Ratgeber erst vor kurzem erhalten) das gesamte oder mindestens die Hälfte des Ratgeber-Buches angeschaut und gelesen. Somit hatten sich ein Grossteil der werdenden Eltern sehr intensiv mit dem Inhalt des mama Ratgeber-Buches auseinandergesetzt, was sich auch sehr positiv auf die Sichtbarkeit der Inserate bei der Zielgruppe auswirkt.



Wie bewerten Sie insgesamt das mama Ratgeber-Buch?

Basis: Haben das Ratgeber-Buch selbst benutzt, n = 409, Angaben in Prozent

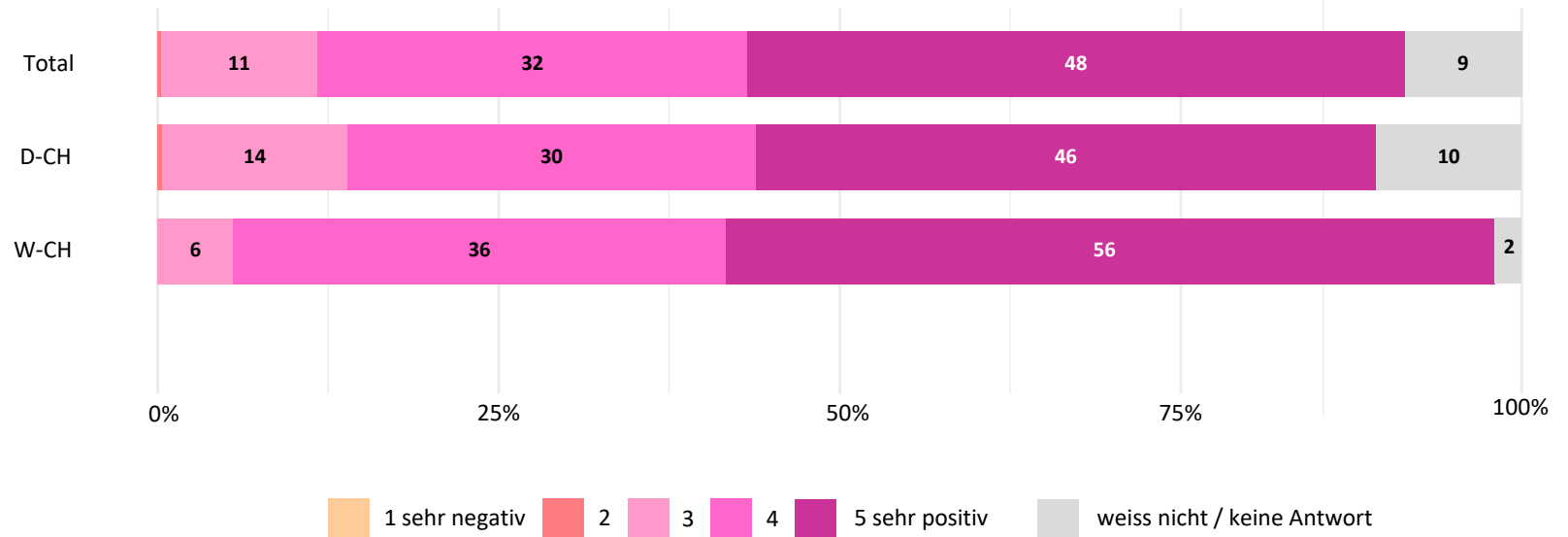


Rund 70 % der LeserInnen beurteilen das mama Ratgeber-Buch mit «sehr gut» oder «gut». Am höchsten ist die Zufriedenheit in der Westschweiz (95 % positive Wertungen). Diese aussergewöhnlich guten Werte zeigen, dass das mama Ratgeber-Buch sehr beliebt ist und den Bedürfnissen der werdenden Eltern entspricht.



Empfinden Sie es als positiv, dass Sie das mama Ratgeber-Buch von einer medizinischen Fachperson (z.B. Gynäkologin/Gynäkologe) erhalten haben?

Basis: Haben das Ratgeber-Buch selbst benutzt, n = 409



Die persönliche Übergabe des Ratgebers durch eine medizinische Fachperson wird von 80 % 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.

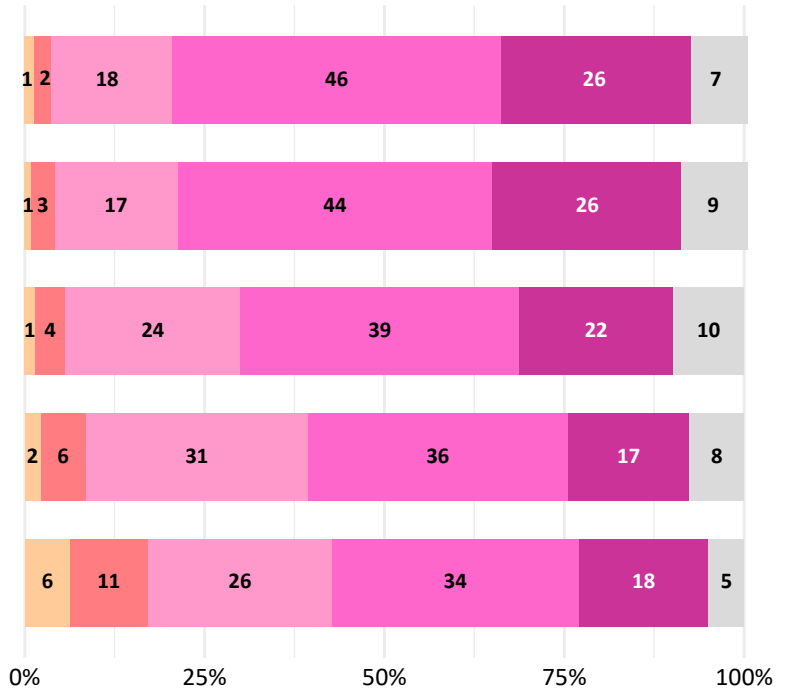


Bitte beurteilen Sie die Anzeigen im mama Ratgeber-Buch.

Basis: Haben das Ratgeber-Buch selbst benutzt, n = 409, Angaben in Prozent

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

...zeigen, welche Produkte/Dienstleistungen erhältlich sind



1 trifft überhaupt nicht zu 2 3 4 5 trifft vollkommen zu weiss nicht / keine Antwort

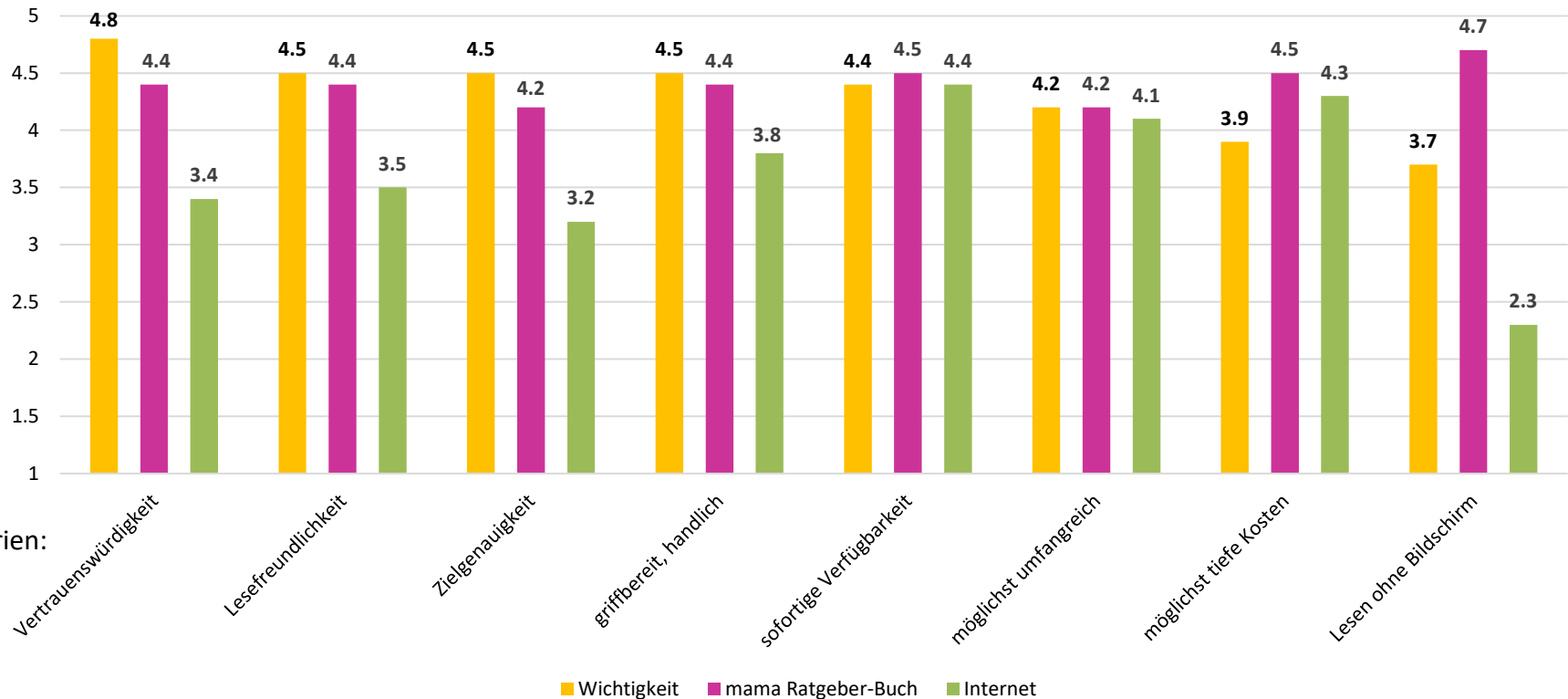
Die Werbung im mama Ratgeber-Buch genießt eine sehr hohe Akzeptanz. Dies zeigt auch, dass werdende Eltern positiver auf gezielte, auf deren Bedürfnisse ausgerichtete Werbung eingestellt sind, als gegenüber allgemeiner Werbung. Die Anzeigen sind somit ein Türöffner und gleichzeitig sehr oft der erste Kontakt zu werdenden Eltern.

Gegenüberstellung mama Ratgeber-Buch und Informationen aus dem Internet

Basis: Total, n = 730 / Skala: 5 = sehr wichtig, 1 = überhaupt nicht wichtig

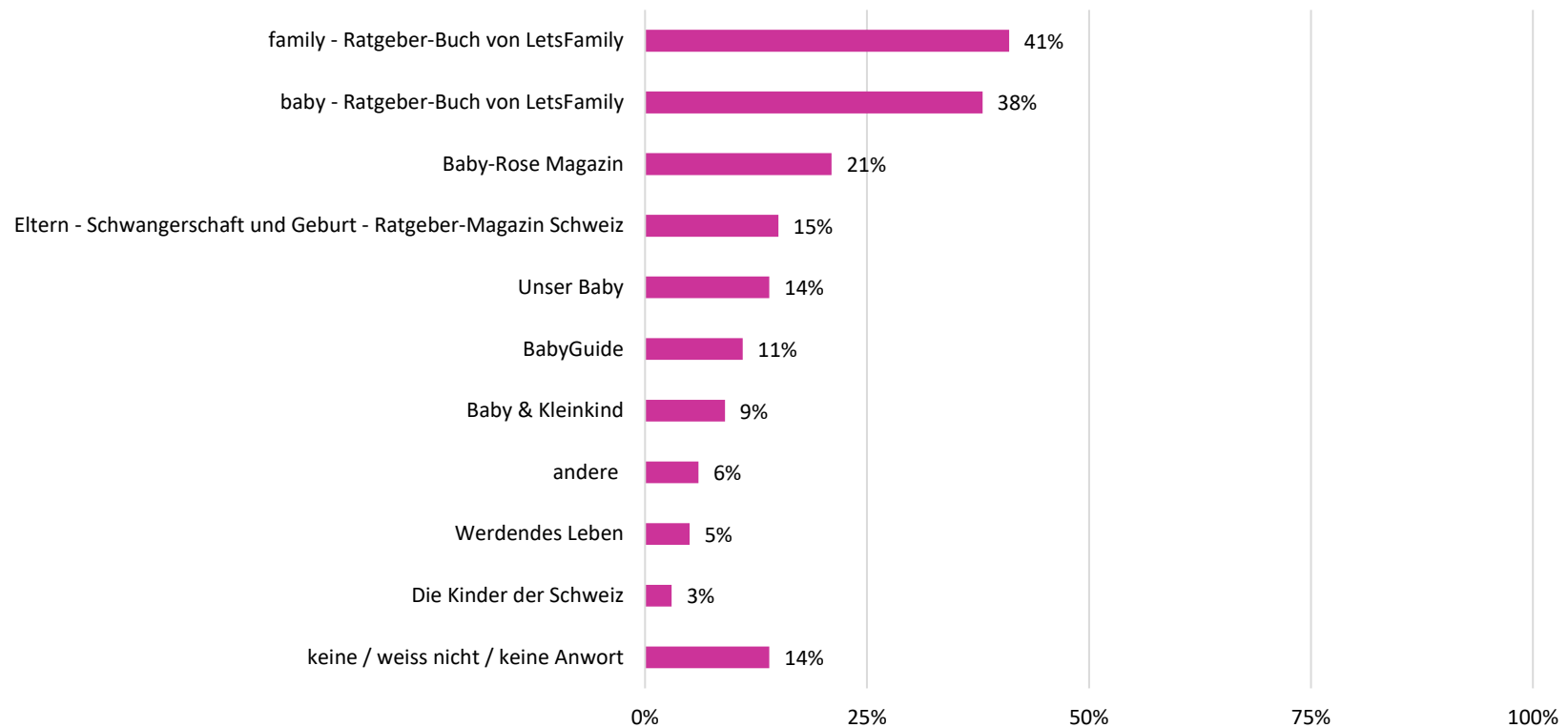
Fragestellung:

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 mama Ratgeber-Buch Ihrer Meinung nachfolgende Kriterien (siehe unten)?
3. Wie sehr erfüllen Informationen aus dem Internet Ihrer Meinung nachfolgende Kriterien (siehe unten)?





Welche von diesen Eltern- und Familien-Ratgebern (Jahresausgaben) haben Sie schon gelesen?
Basis: Total, n = 730, Mehrfachnennungen, Angaben in Prozent



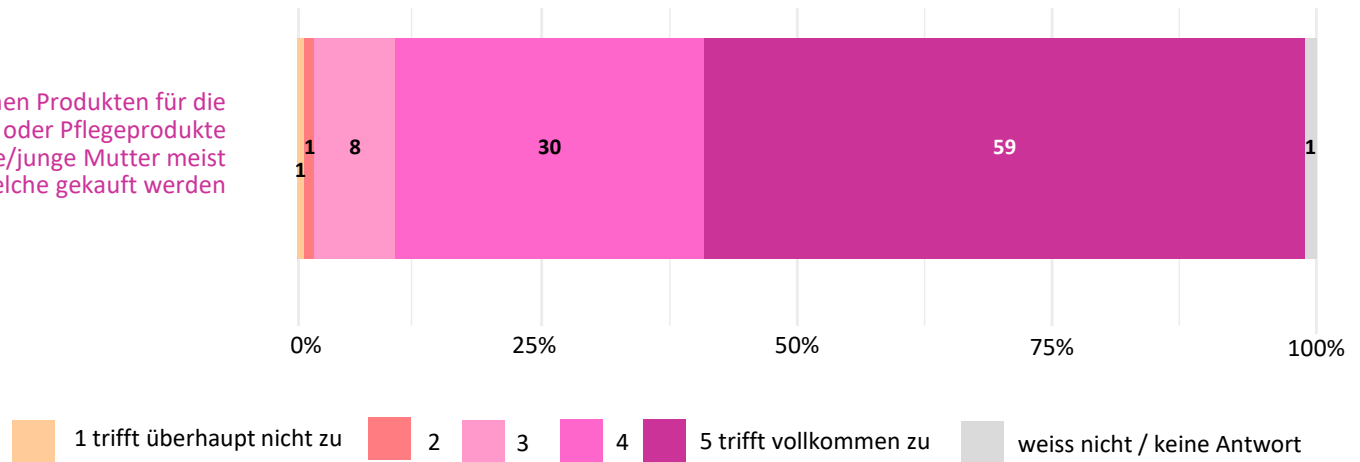
Durchschnittlich wurden von den Befragten drei Publikationen genannt.



Wie stark trifft die folgende Aussage auf Sie persönlich zu?

Basis: Total, n = 730, Angaben in Prozent

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



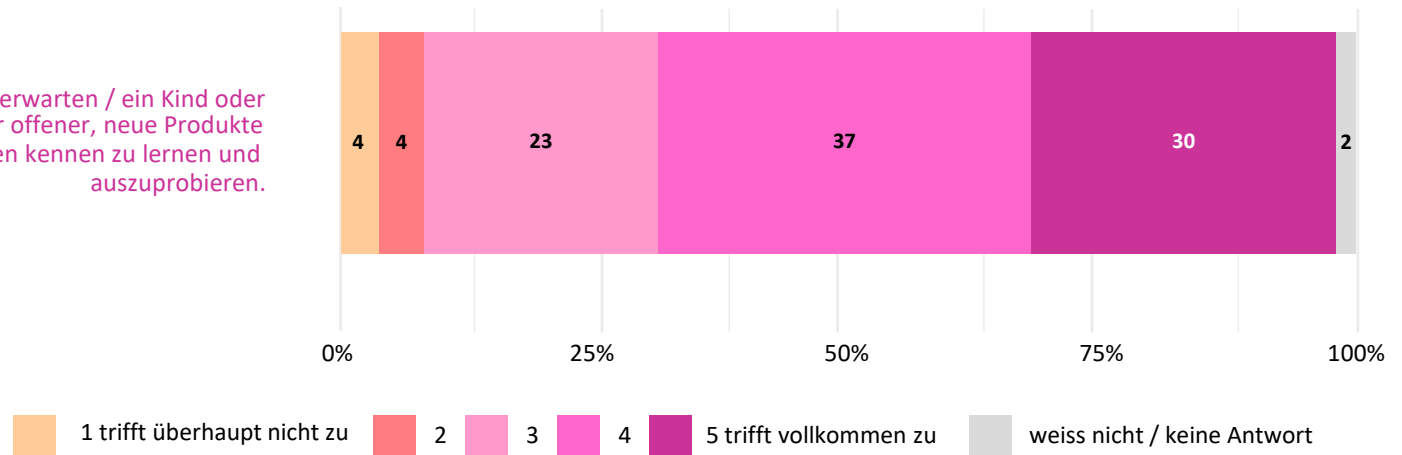
Fast neun von zehn befragten Schwangeren (89 %) stimmen der Aussage zu, dass sie beim Kauf von alltäglichen Produkten meist selbst entscheiden. Die Resultate belegen, dass der Kaufentscheid für klassische Konsumgüter bei den werdenden Müttern resp. bei der haushaltführenden Person liegt. Dies zeigt auch, dass die Promotion im mama Ratgeber-Buch auch für Produkte, die nicht für die Schwangerschaft sondern den Familienalltag bestimmt sind, grosse Chancen bietet.



Wie stark trifft die folgende Aussage auf Sie persönlich zu?

Basis: Total, n = 730, Angaben in Prozent

Seit wir ein Kind erwarten / 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 werdende/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 = 730 / Skala: 5 = sehr gut, 1 = überhaupt nicht gut

