

Onderzoek WIJ Monitor

Draagzakken worden steeds hipper

Het aankooppercentage van draagzakken is al jaren stabiel. Toch lijken ze steeds hipper te worden en ontdoen ze zich van het ouderwetse imago. Online is er steeds meer aanbod en duiken er verschillende trends op, wat moeders aanspoort om ze te gebruiken. Uit het continu onderzoek de WIJ Monitor van WIJ Special Media blijkt dat circa 55% van de ondervraagde moeders een draagzak koopt.

Uit het onderzoek onder ruim 1.000 moeders met een baby van zes maanden oud blijkt dat een draagzak vaker wordt gekocht door moeders met een hoge opleiding en een hoger inkomen. Van diegene die geen draagzak koopt, is de meest genoemde reden dat ze 'm niet gebruiken (38%) of een draagdoek gebruiken (27%). Een vijfde geeft aan deze gekregen/geleend te hebben van vrienden/familie en 10% heeft de draagzak nog in bezit van een vorig kind.

Oriëntatie en aankoop

Het moment van oriënteren voor de aankoop vindt vooral (57%) plaats vóór de geboorte, met name tijdens het 2e en 3e trimester van de zwangerschap. Ook is een piek te zien vlak na de geboorte (leeftijd baby 0 tot 3 maanden). Vrouwen die voor het eerst moeder worden of een lager inkomen hebben oriënteren zich al eerder: in of vóór het 2e trimester. Twee derde van alle moeders oriënteert zich via internet. Familie/vrienden zijn daarnaast (ook) een belangrijke bron voor circa de helft van de moeders. Het aankoopmoment ligt bij circa de helft voor en bij de andere helft na de zwangerschap. Ruim een kwart koopt een draagzak als het kind 1 tot 3 maanden oud is. Logisch, want de meeste draagzakken zijn pas te gebruiken na een aantal weken. Veel moeders gaan voor een nieuwe draagzak. Desondanks kiest bijna een derde (32%) voor een tweedehands draagzak.

Kanalen en merken

In deze figuur is te zien via welke kanalen moeders zich oriënteren op de koop van een draagzak. Online is het meest populair met een diversiteit aan webshops (65%), blogs en

Over WIJ Monitor

De WIJ Monitor is een continu onderzoek uitgevoerd door data georiënteerd mediabedrijf WIJ Special Media. Dit onderzoek loopt sinds 2012 waarbij de customer journey van (aanstaande) moeders in kaart wordt gebracht bij hun aankopen van diverse babyproducten. WIJ Special Media heeft veel kennis van de babymarkt en voert regelmatig diverse onderzoeken uit. Voor meer informatie zie wijspecialmedia.nl of neem contact op met Ingrid Nieuwenhuizen via ingrid.nieuwenhuizen@wij.nl, sales@wij.nl of via 0229-212672.



fora; dit is met name de laatste twee jaar flink aan het stijgen. Opvallend is de vierde plek: oriëntatie via draagconsulenten of via steeds hipper wordende 'draagclubjes'. Naast de enorme verscheidenheid in online aanbieders is er ook grote verscheidenheid in merken draagzakken die te koop zijn (er zijn ruim dertig merken op de markt). De meest verkochte merken zijn volgens de laatste meting achtereenvolgens Baby Björn, Tula, ErgoBaby, ByKay, Chicco en Stokke. De prijs van draagzakken is iets gestegen t.o.v. eerdere metingen naar gemiddeld 99,14 euro.

Via welke kanalen heb je je georiënteerd op de aankoop van een draagzak? (meerdere antwoorden mogelijk)

