

Voedingsflessen en kinderservies graag nieuw uit de winkel

Zien we heel veel babyspullen online gekocht worden, voedingsflessen en babyservies zijn de uitzondering. Maar een kwart van de ouders, die meededen aan het onderzoek van de WIJ Monitor van WIJ Special Media kiest voor deze aankopen uitsluitend voor een webwinkel.

Voedingsflessen, bekers in alle soorten, slabben en bestek: het zijn producten die alle ouders voor hun baby's aanschaffen. Opvallend is dat veruit de meeste ouders deze spullen graag in een winkel kopen in plaats van (alleen) online. Willen ze de spullen graag eerst in handen hebben? Zijn het vaak impulsaankopen als ze deze producten in de winkel zien staan? Bij de vier laatste onderzoeken van de WIJ Monitor is dit niet veel veranderd. Voor voedingsflessen koos in het eerste halfjaar van 2022 24,4% voor alleen maar online shoppen, in het laatste onderzoek was dit 29,8%. Kijken we naar het overige servies, dan ging het percentage voor puur internetshoppen van 24,2% naar 24,4%.

Duidelijke top-3 bij voedingsflessen

Al jaren wordt het lijstje meest verkochte voedingsflessen aangevoerd door Dr. Brown's (53,7% in het laatste onderzoek). Daaronder wisselden Philips AVENT en Difrax stuivertje, maar de strijd om plek 2 is in het laatste onderzoek gewonnen door Philips AVENT (31,9% tegenover 27,5%). En zo blijft er slechts 15,7% over voor alle overige merken. De top-3 merken besteden alle veel aandacht aan technologie om zo bijvoorbeeld darmkrampjes te helpen voorkomen.

Liever nieuw

De tweedehands markt in flessen en ander serviesgoed is erg klein (rond 2%). Wel worden er spullen gebruikt van eerder geboren kinderen: 15% bij voedingsflessen, ruim 35% bij de overige producten. Van alle spullen, die rond eten en drinken worden gekocht, gaat het vooral om slabben (ruim 70%), lepeltjes (ruim 69%), kommen (ruim 62%), bestek (bijna 58%), bewaarbakjes (53,4%) en drinkbekers (50,3%).

Opmars van de 360-graden-beker

Drinkbekers zijn er in vele soorten (zie grafiek). De laatste jaren is de 360-graden-beker heel populair. Bij deze beker maakt het niet uit waar het kind aan de rand drinkt. Het kind hoeft de nek niet naar achteren te buigen en de rand sluit automatisch als het kind stopt met drinken. Het zou dus zomaar kunnen dat ouders deze beker in het onderzoek aanduiden als een antilekbeker, wat het percentage van de 360-graden-beker nog verder omhoog zou brengen. Net als de trainingsbeker is het een goede overgang naar het drinken uit een normale beker.

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/onderzoek of neem contact op met onderzoekster Marloes Wilms via marloes.wilms@wij.nl.

