

## ZG WÄCHST RAUS

Zu wenig neue Eltern werden erreicht, informiert und überzeugt. Oder ist es etwa einfach...

-> Müssen Stoffys in den Mainstream-Medien sichtbar werden?

## "FLASCHES" MARKETING

Setzen wir den Fokus auf falsche Aspekte?

Stoffwindeln wirken zu kompliziert

-> Müssen wir den Fokus auf den "Einfach"-Faktor legen?

## MULTIPLIKATOR: INNEN-VERLUST

Großer Multiplikator Hebammen: Keine Ausbildung dazu, Praxen sind weggebrochen

-> Müssen wir mehr die Hebammen stärker erreichen?

## ERKLÄRUNGSMÜDIGKEIT

Wir haben ununterbrochen das Gefühl uns zu wiederholen, Erfolge sind unsichtbar, Werbemedien ändern sich ständig und es ist mühsam sich immer wieder neu einzuarbeiten

-> Brauchen wir Marketing-Fachkräfte für diese Arbeit?

## INFLATION, INVESTITIONS-UNSIKERHEIT, VERHALTENER KONSUM

Nachhaltigkeit und damit auch Stoffwindeln war 2021 im Trend mit Aussicht auf weiterhin Anstieg. Durch die unvorhergesehene Ukraine-Krise und damit Inflation führte zum Einbruch, der Markt konnte nicht so flexibel reagieren.

Menschen sind nicht mehr bereit mehr für Nachhaltige Produkte / Bio auszugeben und sind generell unsicher im Konsum.

-> Müssen wir den Fokus auf den "Günstig"-Faktor legen?

## SECOND HAND MARKT?

Ist der Second Hand Markt mittlerweile zu gut organisiert und greift Kundenschaft ab? Wiederverkaufswert sinkt durch Überflutung des SH Marktes.

## CARE KRISE

Stoffwindeln sind so unbekannt, dass das Beschäftigen damit zu kompliziert ist für Eltern. Mental Load zu viel ist. Stoffwindel ist keine Hose...

# GRÜNDE FÜR DEN MARKT-EINBRUCH

