

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

