

18.05.2011 - 06:00 Uhr

Young & Rubicam-Studie: Digital Moms in der Schweiz sind berufstätig, kaufkräftig und online

Zürich (ots) -

Neue Studie zum Online-Informations- und Kaufverhalten von Müttern in der Schweiz

Familien sind das Konsumpowerhaus der Schweiz: Jährlich geben sie 84 Mrd. CHF für den privaten Konsum aus. Mütter bestimmen dabei über rund drei Viertel aller Haushaltsausgaben und sind die zentralen Entscheidungsträgerinnen innerhalb der Familie. Rund drei Viertel der Mütter in der Schweiz sind heute erwerbstätig. Neben Job meistern sie Familie und Haushalt. Zeit und effiziente Organisation sind deshalb zentrale Herausforderungen. Das Internet ist zum wichtigsten Medium und Tool der Mütter avanciert, um den Alltag zu organisieren oder relevante Informationen zu beschaffen. Auch Online-Shopping hat stark zugenommen, rund 49% der Mütter kaufen heute regelmässig online ein. Diese und weitere Erkenntnisse liefert eine aktuelle Studie der Y&R Gruppe zum Thema 'Digital Moms - Das Online-Informations- und -Kaufverhalten von Müttern in der Schweiz'.

Die vollständige Medienmitteilung zum Download und die Resultate der Studie sind ab Mittwoch, 18. Mai 2011, 06:00 Uhr, unter dem folgenden Link verfügbar: www.media-use-index.ch

Informationen zur Studie "Digital Moms"

Die Young & Rubicam Gruppe ist die führende Kommunikationsagentur der Schweiz mit Sitz in Zürich. Die Studie Digital Moms wurde 2011 zum ersten Mal durchgeführt. Befragt wurden 608 Mütter im Alter zwischen 25 und 55 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz mit Kindern unter 18 Jahren im Haushalt. Die Y&R Gruppe vereint unter gemeinsamer Führung die Spezialisten von Advico Young & Rubicam (Werbung), Allaccess (Promotion), Futurecom (Internet), Wunderman (Dialog) und Y&R Consulting (Strategic Marketing Consulting).

Kontakt:

Frau Béatrice Fink
Chief Strategy Officer
Tel.: +41/44/271'71'71
E-Mail: beatrice.fink@yr-gruppe.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016261/100625110> abgerufen werden.