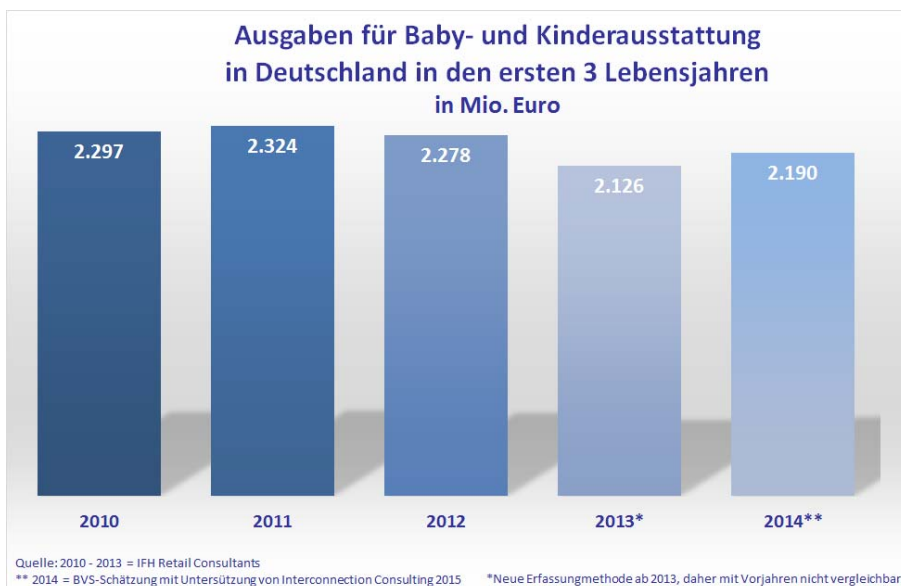


Der Kinderwagen ist das neue Statussymbol

Für Baby- und Kinderausstattung geben die Deutschen in 2015 voraussichtlich über 2,3 Milliarden Euro aus - deutliches Plus auch bei Baby- und Kinderspielzeug

Baby- und Kinderausstattung

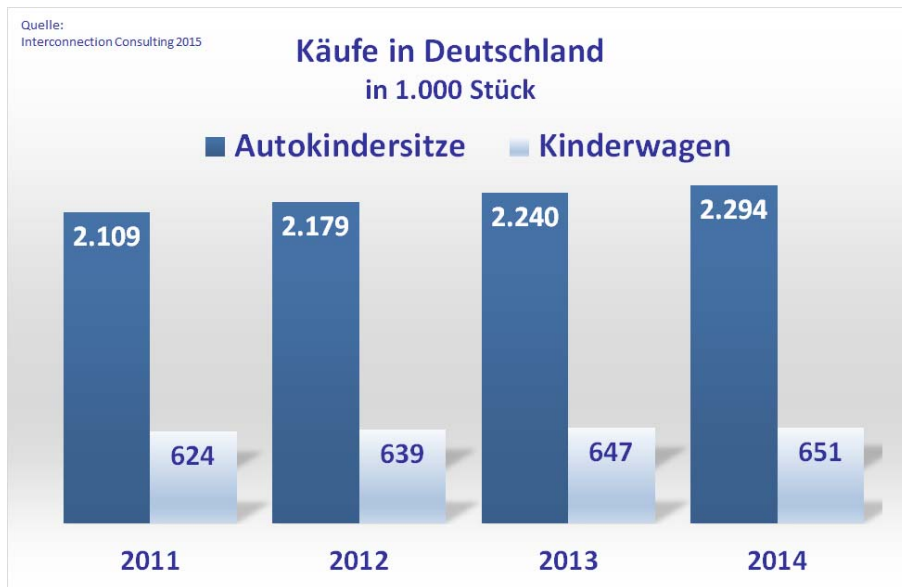
Deutschlands Babys profitieren von der guten Wirtschaftslage und die Baby- und Kinderausstatter von einem **kleinen Babyboom**: Das Statistische Bundesamt meldet für 2014 (in vorläufigen Zahlen) ein Geburtenhoch von 714.966 Kindern (+4,8 %). Entsprechend wächst der Markt: Betrachtet man die ersten 3 Lebensjahre, gaben die Eltern in 2014 nach Schätzung des Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels **2,2 Mrd.** Euro für Baby- und Kinderausstattung aus. Das sind etwa 1.058 Euro pro Kind und 3 % mehr als im Vorjahr. „Eltern von heute gründen später eine Familie und verfügen dann oft über erste Finanzpolster. Da wird dann bei der Erstausrüstung nicht geknausert. Kommen dann weitere Kinder hinzu, wird wiederum auf die vorhandene Wickelkommode, Kinderwagen & Co. zurückgegriffen“, so Steffen Kahnt, stellvertretender Geschäftsführer des Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels (BVS).



Junge Eltern gründen nicht nur eine Familie, sondern wollen diese neue Gemeinschaft auch nach außen repräsentieren – Kahnt: „Der Kinderwagen ist das neue Statussymbol junger Eltern. Während den Kinderstuhl oder die Wiege nur Besucher zuhause bewundern können und der Autokindersitz im Fahrzeug „versteckt“ ist, sieht den Kinderwagen jeder.“ Entsprechend wichtig

PRESEMITTLUNG

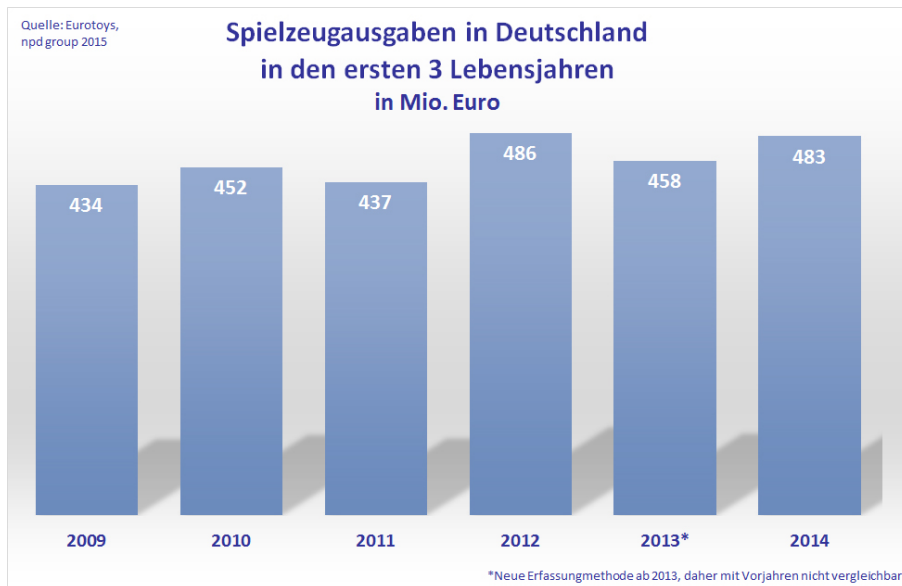
ist es, dass der Kinderwagen zum modischen Stil der Eltern passt. Und sportliche Eltern bleiben in Bewegung, wenn sie die Kleinen im Jogger beim Laufen mitnehmen. Im Trend sind **hochwertige multifunktionale Kinderwagen**, bei denen sowohl Babyschale, Babywannen- und Sportwagenaufsatz („Trio-Sets“) flexibel und komfortabel befestigt werden können. Ledergriffe sind inzwischen ein Muss und Melangetextilien im Trend. Laut dem Marktforschungsunternehmen Interconnection Consulting kauften die Deutschen in 2014 insgesamt 651.000 Kinderwagen (+0,6 %).



Noch stärker wuchs der Markt für **Autokindersitze**: Die Deutschen kauften 2014 laut Interconnection Consulting rund 2,3 Millionen Autokindersitze – das sind 2,4 % mehr als im Vorjahr: *„Der Trend geht zum Zweitsitz. Oft unternehmen auch Opa oder Tante regelmäßig etwas mit dem Kind. Außerdem ist das Sicherheitsbedürfnis der Eltern gestiegen. Eltern wollen optimalen Schutz für ihr Kind. Es ist nicht mehr schick, die Kleinsten mit einer billigen Sitzerhöhung abzuspeisen.“* Dagegen werden zunehmend **Sitze mit Isofix-Anschluss** gekauft: Bei diesen wird der Kindersitz - nicht per Erwachsenengurt, sondern einfach - über spezielle Halteösen - im Fahrzeugsitz direkt mit der Karosserie befestigt.

Baby- und Kleinkindspielzeug

Der Markt für **Baby- und Kleinkindspielzeug** erlebte nach der Korrektur im Vorjahr wieder einen „Sprung nach oben“: Zählt man alles, was laut Eurotoys-Statistik für unter 3-Jährige gekauft wird, wie Sandspielzeug, Lego duplo, Brettspiele oder Bobby Cars, gaben die Deutschen 2014 **483 Mio. Euro** aus. Das sind fast 5 % mehr als noch 2013 (458 Mio. Euro) womit die Branche an das Umsatzergebnis von 2012 anknüpft:



Dollar treibt die Preise

Die gute Geburtenentwicklung und die Qualitätsorientierung junger Eltern treibt den Markt auch in 2015. Es ist damit zu rechnen, dass sich auch der gestiegene Dollarkurs bei Baby- und Kleinkindartikeln deutlich auswirkt. *„Unsere Händler kaufen inzwischen verschiedene Sortimente zu deutlich erhöhten Preisen in Fernost ein. Die wegen des Dollarkurses bis zu zweistellig gestiegenen Einkaufspreise wird der Einzelhandel nicht auf ganzer Linie auffangen können. Damit werden die Preissteigerungen wahrscheinlich wesentlich zum Umsatzanstieg der Branche in 2015 beitragen“*, so Kahnt. Unterm Strich könnte der Gesamtumsatz der Baby- und Kinderausstatter in 2015 um 5 bis 8 % steigen.

Für den Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels (BVS) ist die Kind + Jugend die Plattform für den deutschen und auch internationalen Einzelhandel, um Lieferantenbeziehungen zu pflegen, neue Geschäftskontakte zu knüpfen und Produktinnovationen kennenzulernen. Laut BVS ist die Kind + Jugend die Leitmesse für alle **Fachhändler mit Baby- und Kinderausstattungs Sortiment**. Dieses umfasst Kinderwagen und Autokindersitze, Spielzeug, Textilien, Möbel bis hin zu Pflege- und Sicherheitsartikeln. Allein in Deutschland handeln ca. 1.000 Händler mit Baby- und Kinderausstattung und ca. 3.500 Händler mit Spielwaren.

Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V. (BVS)

Der BVS vertritt die Interessen des Spielwaren-Einzelhandels aller Vertriebswege und Unternehmensgrößenklassen in Deutschland. Er ist dem Handelsverband Deutschland - HDE - Der Einzelhandel angeschlossen, dessen Landesverbände die Delegierten der BVS-Mitgliederversammlung stellen. Außerordentliche Mitglieder sind die wichtigsten Einkaufskooperationen der Branche.

Willy Fischel (Geschäftsführer)
Steffen Kahnt (stv. Geschäftsführer)

Telefon (0221) 2 71 66-10
Telefon (0221) 2 71 66-15
E-Mail bvs@einzelhandel.de