

Baby Q

Hersteller werden vertikal

Mittwoch, 28.07.2021

Die Gründer Michael Neumann und Oliver Berger haben mit Baby Q jetzt ein neues Premium Concept Store-Konzept für Hersteller von Herstellern ins Leben gerufen. Die Idee hat dabei schon mehrere namhafte Unternehmen der Babyausstattung überzeugt, darunter Bugaboo, Allison/Nuna, Träumeland und Axkid. Sie sind als Markenpartner dabei, wenn die eCommerce-Plattform von Baby Q an den Start geht und kurz danach das erste Ladenlokal in Kölns Innenstadt eröffnet. In den kommenden Jahren sollen weitere 12 bis 14 Stores in den wichtigsten Metropolen folgen. Die Baby Q-Geschäfte sollen werdenden und jungen Familien nicht nur eine fundierte Produktberatung durch geschultes Personal bieten, sondern würden als neue Places-to-be zu Workshops und Elterntreffs einladen. Flankiert wird der Concept Store mit viel Content rund um Schwangerschaft und Elternsein auf dem Baby Q-Blog, auf Instagram, Pinterest & Co.

Hinter Baby Q steht ein in der Branche gut vernetztes und erfahrenes Expertenteam. Baby Q-Geschäftsführer Michael Neumann hat 25 Jahre die Marke Maxi-Cosi zu einer generischen Marke aufgebaut und war zuletzt für Dorel Juvenile als Managing Director Nordeuropa tätig. Oliver Beger ist Gründer und Geschäftsführer der Kinderwagenmarke tfk – Trends for Kids. Er unterstützt Baby Q als Investor.

Das Kernsortiment von Baby Q umfasst die klassische Hardware: Kinderwagen, Autokindersitze, Kindermöbel und mehr. „Das Angebot ist wertig, aber nicht nur für die ‚happy few‘, die sich Luxusprodukte leisten können“, betont Neumann. „Wir fangen in der Mitte des Marktes an und gehen mit den Markenprodukten in den Premium-Bereich.“ Wertig soll auch die Präsentation sein. So wird für jede Produktkategorie nur eine reduzierte Zahl von Anbietern mit ausgewählten Markenprodukten gezeigt. „Eltern suchen Orientierung statt einer unüberschaubaren Vielfalt. Sie wollen ein Angebot bestmöglicher Produkte für ihr Kind ohne mühsam nach Inhaltsstoffen, Testurteilen und Normen zu recherchieren. Familien wollen ihre Zeit lieber mit ihren Kindern verbringen. Deshalb heißt unser Claim ‚Time for little Wonders‘“.

Warum das Konzept von Baby Q gerade jetzt eine gute Idee ist, liegt für Michael Neumann auf der Hand: „Die Vertikalisierung ihres Geschäftsmodells strategisch zu entwickeln, wird mittelfristig einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren für Premium-Herstellermarken sein. Der deutsche Markt wird schon heute von wenigen großen Playern bei der Babyausstattung dominiert, die zudem das Thema Eigenmarke massiv vorantreiben. Die Margen für die Hersteller sind gering, die Preise verfallen im Zuge von Rabattschlachten. Auf der Fläche stattzufinden wird für Marken immer teurer. Bei Baby Q kann der Hersteller zudem zu 100 Prozent sicher sein, dass der Kunde eine erstklassige Beratung zu seinem Produkt erhält – schließlich sind wir sozusagen der verlängerte Arm unserer Marken.“

Im modern konzipierten Ladenlokal von Baby Q erreichen die Markenpartner Schwangere und junge Familien und nutzen zudem die digitale Verlängerung zur eCommerce-Plattform. „Der Einstieg in eine solche Omnichannel-Strategie lohnt sich. Der Hersteller behält die Preishoheit und macht bei jedem Einkauf den Umsatz direkt mit dem Käufer“, beschreibt Neumann das Geschäftsmodell. „Unsere Partner erzielen höhere Margen und sammeln zudem wertvolle Kundendaten.“ Guido Schmidt, Head of Marketing & Digital Commerce Central Europe beim neuen Baby Q-Markenpartner Bugaboo ergänzt: „Das Baby Q Premium Store Concept schafft einerseits ein anspruchsvolles Marken- und Produkterlebnis und stellt andererseits die optimale Verzahnung von online und offline sicher.“

Hersteller werden vertikal

Links

- [Baby Q](#)