

BDKH

Freude über leichtes Plus bei den Geburten im Vorjahr

Dienstag, 03.09.2019

Auf der heutigen Pressekonferenz zur Kind + Jugend 2019 in Köln hat auch der Bundesverband Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e. V. (BDKH) durch Vorstand Michael Neumann, Managing Director Northern Europe Dorel Juvenile, ausführlich über die aktuelle Marktsituation informiert.

Demnach steigen nach einem langjährigen Rückgang seit 2012 die Geburtenzahlen in Deutschland wieder. Allerdings zuletzt nur noch sehr langsam. Nach den vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2018 in Deutschland rund 787.600 Kinder lebend geboren. Geburtenstark ist vor allem das frühere Bundesgebiet ohne Berlin-West mit 643.670 Lebendgeburten. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich die Geburtenzahl für Gesamtdeutschland um 2.700 beziehungsweise 0,3% (2017: 784.900).

„Kleiner Babyboom“

Die Erklärung für den kleinen „Babyboom“ liegt zum einen darin, dass die Kinder der in den Sechzigerjahren geborenen starken Jahrgänge nun selbst im gebärfähigen Alter sind. Eine weitere Ursache sind die hohe Migrationszahlen der jüngsten Zeit: Auf ein Rekordhoch von 24 Prozent wuchs im Vorjahr nämlich der Anteil der Babys, die von einer nicht-deutschen Mutter geboren wurde. Eine kleinere, aber dennoch signifikante Rolle spielt die Tatsache, dass Frauen seit einigen Jahren immer länger warten, bis sie sich für ein Kind entschließen. Das durchschnittliche Alter der Mütter bei der Geburt ihres ersten Kindes lag im vorvergangenen Jahr bereits bei 30,6 Jahren.

Auch das Marktvolumen für Baby- und Kinderausstattung wächst 2018 erneut

Das Marktvolumen für Baby- und Kinderausstattung ist auch 2018 auf Wachstumskurs und hat leicht zugelegt (+ 0,6%). Es liegt aktuell bei rund 7,3 Mrd. Euro. Hansjürgen Heinick, Senior Consultant am Institut für Handelsforschung (IFH Köln), betont, dass das Segment der klassischen Hardware wie etwa Kinderwagen, Buggys, Autokindersitze, Fläschchen und Schnuller im Vorjahresvergleich mit 1,3% überproportional gewachsen ist. Beflügelt wird das Wachstum des Marktes vor allem durch die positive Geburtenentwicklung der vergangenen Jahre. Gleichzeitig drückt der starke Wettbewerb auf die Preise.

Die Ausgaben pro Kind (von Geburt bis zum Alter von zwölf Jahren) sind von rund 760 Euro im vorvergangenen Jahr auf 750 Euro im Jahr 2018 gesunken. Käufer von Baby- und Kinderausstattung achten offensichtlich verstärkt auf die Preise und orientieren sich tendenziell in Richtung preisattraktiver Vertriebsformen, was auch Auswirkungen auf den spezialisierten Fachhandel hat. Nur beim Thema

Sicherheit, etwa den Autokindersitzen, achten Eltern nach wie vor sehr wenig auf den Preis. Hier ist ihnen die bekannte Marke möglichst noch mit einem Stiftung Warentest-Siegel wichtig.

Der Online-Anteil wird größer und auch hier punkten vor allem echte Marken

Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln, spricht von erheblichen Marktverschiebungen – denn der Online-Bereich wächst auch in der Baby- und Kinderausstattung von Jahr zu Jahr. „Allerdings sind im Online-Bereich andere Akteure erfolgreich als im stationären Bereich. Der großen Hoffnung des stationären Handels, dass ihm der Kunde mithilfe seines Online-Shops bleibt, steht das tatsächliche Kaufverhalten entgegen.“ Grundsätzlich müssen heute alle Produkte über das Netz verkauft werden können. Tatsächlich werden online aber auch sehr stark Marken gesucht. Es ist nach wie vor leichter, Marken online zu vertreiben als generische Produkte.

Die Kunden wandeln auf vielen verschiedenen Customer Journeys

Generell wird das Konsumentenverhalten immer schwieriger vorherzusagen, weil es immer sprunghafter, immer hybrider wird. Der Freundeskreis ist für junge Eltern ein wichtiger Impulsgeber. Außerdem spielen inzwischen Influencer und Blogger eine große Rolle.

Nicht zu unterschätzen sei laut Handelsexperte Hudetz der Einfluss von Social Media sowohl beim Informationsverhalten als auch beim Kaufvorgang: „Diverse ECC-Studien zeigen, dass Smart Natives einen Großteil ihrer Online-Käufe komplett über das Smartphone abwickeln, während ältere Konsumenten es überwiegend zur Information nutzen.“ Anbieter oder Marken, die nicht auf dem Smartphone zu finden sind, werden künftig große Schwierigkeiten haben, sich zu behaupten. Das Anspruchsniveau der Konsumenten wird weiter zunehmen. Die Informationsmöglichkeiten sind besser denn je. Früher war eine junge Familie „Beratungsoffer“ beim Kinderwagenkauf. Heute lesen Eltern im Vorfeld sämtliche Bewertungen im Internet und wollen im Geschäft entsprechend fachlich beraten werden.

Der Wettbewerb unter den Herstellern hat sich verschärft

Wachsende Preissensitivität bei den Verbrauchern und eine sinkende Konsumlaune setzen nicht nur den Handel, sondern auch die Produzenten für Baby- und Kinderprodukte unter Druck. Dazu kommt ein hoher Entwicklungsaufwand für immer ausgeklügeltere, multifunktionale Produkte. Ein Autokindersitz, der in 18 bis 24 Monaten entwickelt wird, muss wesentlich höheren Anforderungen entsprechen als früher, erklärt Richard Frank, Entwicklungsleiter Kindersitze global bei Britax Römer: „Dazu kommt die wachsenden Beliebtheit der Kombinationssitze beim Konsumenten, die über mehrere Jahre hinweg im Einsatz sind. Heute haben wir bei einem solchen System ein Investitionsvolumen von 2,5 bis teils weit über 3 Millionen Euro.“

Aktuell herrscht unter den Produzenten diverser Sparten ein großer Verdrängungswettbewerb am Markt. Bekannte Brands wechseln den Eigentümer, verschwinden ganz oder temporär. Dennoch werden in Deutschland auch mit viel Zuversicht neue Unternehmen etwa im Segment Kindersitz gegründet. Zudem betreten einige Hersteller Neuland und setzen auf bislang ungewohnte Produktsegmente: So steigt ein britisches Traditionsunternehmen für Kinderwagen in diesem Jahr erstmals bei den Autokindersitzen mit ein, ein deutscher Plüschtier-Hersteller bringt eine Kindermöbel-Kollektion auf den Markt und ein niederländischer Babyschalen-Experte punktet ab sofort auch indoors mit der „Home Collection“.

Freude über leichtes Plus bei den Geburten im Vorjahr

Links

- [Kind + Jugend](#)

Weiterführende Links

- [BDKH](#)