

Experten-Slot Marktforschung - Daten, Zahlen

IFH Köln

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von [IFH Köln](#) zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [Hansjürgen Heinick](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

IFH Köln

Expertenbeitrag: Baby- und Kinderausstattung – Potenzial für den branchenfremden Fachhandel

Freitag, 23.02.2018

Der Handel bietet Konsumenten ein riesiges Warenangebot, wenn es um Ausstattung für die Kleinsten geht und die beliebten Produkte sorgen für einen hohen Umsatz. Besonders spannend ist auch die Frage, wo Konsumenten Schnuller, Kinderwagen, Möbel und Co. kaufen. Denn ein Blick auf die Vertriebswege zeigt, dass der größte Anteil des Marktes für Baby- und Kinderausstattung 2016 mit gut 22 Prozent auf den nicht-kinderspezifischen Bekleidungsfachhandel bzw. die Bekleidungsfilialisten entfällt. Auch sonstige Anbieter, zu denen u. a. der Möbelfachhandel zählt, sind bei Konsumenten beliebt, um Produkte für die Kleinsten einzukaufen, wie der [IFH-Branchenfokus „Baby- und Kinderausstattung 2017“](#) zeigt. Der Fachhandel für Baby- und Kinderausstattung hält dagegen im Vergleich zu anderen Vertriebskanälen eher niedrige Anteile am Markt, wenn es um den Verkauf von Artikeln für Babys und Kinder bis zu zwölf Jahren geht.

Was sind die Gründe für diese Entwicklung? Ein ausschlaggebender Grund ist die große Produktvielfalt – sie spiegelt sich in den entsprechend vielfältigen Vertriebswegen wider. So können beispielsweise Schuhe für den Nachwuchs direkt im Schuh-fachhandel gekauft werden, für ein neues Bett führt der Weg ins Möbelhaus und Kleidung für Kinder kann oftmals auch im Bekleidungsfachhandel gekauft werden. Zusätzlich sorgt auch die große Altersspanne dafür, dass die entsprechenden Produkte über verschiedenste

Kanäle vertrieben werden. Nicht zuletzt sind die unterschiedlichen Preissegmente ein Grund für die große Anzahl an Anbietern am Markt. Die hohe Nachfrage an Produkten für Babys und Kinder bietet also – auch künftig – für den branchenfremden Fachhandel ein großes Potenzial, mit entsprechenden Produkten, Konsumenten für sich zu gewinnen und so den eigenen Umsatz zu steigern.

Kindermöbel unter den Top 3 der umsatzstärksten Sortimentsbereiche

Im Jahr 2016 wird jeder zweite Euro im Markt für Baby- und Kinderausstattung für Bekleidung ausgegeben. Damit bildet Baby- und Kinderbekleidung den mit Abstand größten Sortimentsbereich, gefolgt von Kinderschuhen. Doch auch Möbel sind unter den Top 3 der umsatzstärksten Sortimentsbereiche: So halten Baby- und Kindermöbel 13,5 Prozent der Anteile am Gesamtmarkt.

Zudem zeigt ein detaillierter Blick auf die Umsatzentwicklung der insgesamt 15 Warengruppen im Markt für Baby- und Kinderausstattung: In den vergangenen Jahren haben sich Kindermöbel und -hausrat ebenfalls positiv entwickelt. Sie zählen neben den Bereichen Mobilität und Erstausrüstung zu den Kernmärkten für Baby- und Kinderausstattung. Im Vergleich zum Segment Baby- und Kinderbekleidung inklusive Schuhen und Accessoires sind die Kernmärkte zwischen 2011 und 2016 mehr als doppelt so stark gewachsen: Insgesamt konnten sie ihren Umsatz um 17 Prozent steigern.

Gesamtmarkt wächst weiterhin

Auch der Gesamtmarkt für Baby- und Kinderausstattung kann an die wachstumsstarken Vorjahre anknüpfen. So gaben Konsumenten 2016 fast 7,2 Milliarden Euro für ihren Nachwuchs aus. Insgesamt ist der Umsatz mit Baby- und Kinder-ausstattung zwischen 2011 und 2016 um zehn Prozent gestiegen. Künftig ist ebenfalls davon auszugehen, dass sich der Wachstumskurs fortsetzen wird, da weiterhin mit einer wachsenden Kinderzahl in Deutschland zu rechnen ist.

Baby- und Kinderausstattung – Potenzial für den branchenfremden Fachhandel

Links

- [IFH Köln](#)

Weiterführende Links

- [Branchenfokus Baby- und Kinderausstattung 2017](#)
- [IFH Shop](#)