

Nr. 5 K+J/STKIC, Köln, 5. Juli 2011

Branchenbericht zur Kind + Jugend 2011

## Kinderausstattungs-Branche im Aufwind



**Die Kind + Jugend 2011, weltweit größte Messe für Kinderausstattung, setzt nicht nur Trends, sondern ist zugleich Stimmungsbarometer der Branche. Insgesamt gilt: Die Tendenz zeigt deutlich nach oben, was sich auch in der Ausstellerzahl zeigt. So präsentieren rund 850 Unternehmen präsentieren vom 15. bis 18. September 2011 ihre neuesten Produkte in Köln. Somit bietet die Kind + Jugend auch in diesem Jahr eine hervorragende Plattform zur Knüpfung neuer Geschäftskontakte, sowie der Pflege und Intensivierung bereits bestehender. Ein wichtiges Standbein ist für viele Unternehmen der Export. Gute Absatzchancen gelten dabei nicht nur für die Länder, in denen eine höhere Geburtenrate als in Deutschland gegeben ist, sondern auch in denen mit einer ähnlich geringen Rate.**

### Positive Geschäftsentwicklung

Insgesamt ist die Baby- und Kinderausstattungsbranche optimistisch gestimmt. Im vergangenen Jahr sind in sämtlichen Bereichen rund 6,8 % mehr umgesetzt worden als im Jahr zuvor. Das liegt unter anderem daran, dass für Kinder mehr Geld ausgegeben wird als in früheren Zeiten. Gekauft wird primär nach den Kriterien Preis, Sicherheit und Qualität. Hersteller, die auf Nachhaltigkeit und Schadstofffreiheit setzen, können besonders in den Bereichen Möbel, Textilien, Hygiene und Spielzeuge profitieren. Auf den unkomplizierten und praktischen Umgang wird besonders bei den Kinderautositzen und Kinderwagen Wert gelegt. Bei der Mode spielt die Marke eine wichtige Rolle. Ein Umsatzplus wurde auch bei den Accessoires verzeichnet: Mützen, Schals und Tücher finden guten Absatz. Dank kontinuierlicher Weiterentwicklungen in sämtlichen Bereichen, sei es bei der Produktion, beim Vertrieb oder der Beratung ist ein schnelles Anpassen an die Kundenwünsche gegeben, wodurch die Unternehmen ein hohes Verbrauchervertrauen aufbauen.

Kind + Jugend  
15. – 18.09.2011

The Trade Show  
For Kids' First Years

[www.kindundjugend.de](http://www.kindundjugend.de)

Ihr Kontakt bei Rückfragen:  
Dr. Stephanie Kickum  
Telefon  
+ 49 221 821-2246  
Telefax  
+ 49 221 821-2181  
E- Mail  
[s.kickum@koelnmesse.de](mailto:s.kickum@koelnmesse.de)

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Postfach 21 07 60  
50532 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 221 821-0  
Telefax +49 221 821-2574  
[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:  
Gerald Böse (Vorsitzender)  
Herbert Marner

Vorsitzender des Aufsichtsrates:  
Oberbürgermeister Jürgen Roters

Sitz der Gesellschaft und  
Gerichtsstand: Köln  
Amtsgericht Köln, HRB 952

### **Qualitätsprodukte punkten**

Die Verbraucher holen sich vor dem Kauf eines Produktes ganz gezielt Informationen ein, so dass sie gut informiert ihre Kaufentscheidung treffen können. In hochwertige Produkte, die ein Gütesiegel tragen oder von unabhängigen Institutionen als gut oder sehr gut bewertet werden, wird investiert. Ein weiteres Kaufkriterium ist der jeweilige Lifestyle der Eltern. Das Design des jeweiligen Produktes sollte diesem und der Individualität Rechnung tragen. Auf ein ausgewogenes Preis-Leistungsverhältnis wird dabei durchaus geachtet, doch darf etwas Besonderes oder Außergewöhnliches auch ruhig etwas mehr kosten. Paare gründen häufig erst dann eine Familie, wenn die finanzielle Situation geregelt ist. Den individuellen Wünschen und Vorstellungen der Verbraucher tragen die Unternehmen durch eine Vielfalt an Angeboten Rechnung. Insgesamt zeigt sich, dass auf Produkte ‚engineered in Germany‘ oder auch ‚Made in Germany‘ großer Wert gelegt wird. Dies gilt auch für den Spielwarenereich, der sich äußerst stabil zeigt und weiterhin Wachstumspotential aufweist.

Die Möbelindustrie konnte im Jahr 2010 einen Umsatzzuwachs von rund 2 % erwirtschaften, in 2011 war er im ersten Quartal steigend. Nach Schätzungen wird für das Jahr 2011 eine Steigerung der Umsätze von rund 3 % erwartet. Im Bereich der Kindermöbel nimmt die Nachfrage nach Massivholzprodukten zu, dies unter anderem, da Holz ein nachwachsender Rohstoff ist und als ökologisch, sowie gesundheitlich unbedenklich gilt. Darüber hinaus ist das Material äußerst robust und strapazierfähig.

In der Textil- und Bekleidungsindustrie wurde im Jahr 2010 ein Umsatzplus von etwa 3 % verzeichnet. Bei der Kindermode wird nach wie vor auf Qualitäts- und Markenprodukte zurückgegriffen, dies besonders, je älter die Kinder werden. Weiterhin zeigt sich, dass sich leichter verkaufen lässt, was Prominente tragen, beziehungsweise deren Kinder. Neben der Kinderoberbekleidung richten die Unternehmen ihre Aufmerksamkeit verstärkt auf die passenden Accessoires wie etwa Taschen, Tücher oder Schmuck.

### **Innovationen dank Flexibilität**

Besonders bei der Mode zeigt sich das Kauf- oder Warenhaus als beliebter Einkaufsort. Im Bereich der Babyartikel sind spezielle Fachmärkte die Kernanbieter, jedoch kommt immer mehr der Onlinekauf hinzu. E-Commerce

ist ein wachsender Markt, so konnte etwa der Umsatz im Bereich Textilien, Bekleidung, Schuhe und Lederwaren um 9,6 % gesteigert werden. Häufig wird die Beratung im Fachmarkt eingeholt, jedoch online per Mausklick gekauft. Die Unternehmen sind bemüht, immer wieder neue Wege zu suchen und innovative Vertriebskonzepte zu erstellen. Ein professionelles Warenmanagement ist insgesamt erforderlich, wobei langfristige Lösungen in den Blick genommen werden. So fahren etwa viele Textilhersteller aus dem Westen ihre Produktion in China aufgrund der dort steigenden Lohnkosten zurück. Hinzu kommen hohe Transportkosten und lange Transportwege. Diese wiederum verhindern die für alle Bereiche wichtige Flexibilität. So werden etwa Modezyklen kürzer, und dem Wunsch nach Individualität kann nur bei geringer Lagerhaltung, sowie kurzen Transportwegen Rechnung getragen werden. Neue Märkte, Produkterweiterungen und Neuausrichtungen werden somit insgesamt auf unterschiedlichste Weise erreicht. Die Unternehmen werden die Messe Kind + Jugend 2011 sowohl für die Einführung neuer Produkte als auch zum Austausch untereinander und zur Erschließung neuer Märkte nutzen.

**Anmerkung für die Redaktion:**

Fotomaterial der letzten Kind + Jugend finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter [www.kindundjugend.de](http://www.kindundjugend.de) im Bereich „Für die Presse“.

**Kind + Jugend  
15. bis 18. September 2011**