

Nr. 8 K+J/STKIC, Köln, 7. September 2011

Kind + Jugend 2011:

Branche freut sich auf die Kind + Jugend 2011

935 Anbieter aus 43 Ländern auf der Kind + Jugend – Auslandsanteil von über 80 Prozent – rund 20.000 Fachbesucher aus aller Welt erwartet – Who is who der Kinderausstattungsbranche versammelt sich geschlossen auf der weltweit führenden Branchenmesse 2011 in Köln – immer weniger Kinder bekommen immer mehr Spielzeug – Trotz sinkender Kinderzahl vermeldet der Bundesverband des Deutschen Textilhandels e.V. für 2010 Umsatzpari von 2,9 Mrd. (2009: 2,95) im Fachhandel mit Babyausstattung und Kinderbekleidung

Im Rahmen der Wirtschaftspressekonferenz zur Kind + Jugend 2011 (15.-18. September) vermeldete die Koelnmesse einen Ausstellerrekord und ausgebuchte Hallen. Zudem freuen sich die Koelnmesse und Verbände über konstante bis positive Entwicklungen der nationalen Kinderausstattungsbranche – trotz sinkender Zahl der in Deutschland lebenden Kinder. Erstmals haben sich 935 Anbieter aus 43 Ländern zur Kind + Jugend angemeldet, was einer Steigerung von rund 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2010: 819) entspricht. In den letzten acht Jahren konnte die Ausstellerzahl fast verdoppelt werden (2003: 482), so dass eine Wachstumsrate von 94 Prozent erreicht wird. Darüber hinaus erwarten die Veranstalter rund 20.000 Fachbesucher aus aller Welt zur Kind + Jugend 2011.

Auch im laufenden Jahr knüpft die Branche für Baby- und Kleinkind-Spielzeug nach Angaben des Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels (BVS) an die gute Marktentwicklung der Vorjahre an. „Die Kleinsten dürfen sich auf Weihnachten freuen. Wenn die Kauflaune bei Eltern und Großeltern anhält, könnte die Branche auch in 2011 wieder mit einem Umsatzplus von mindestens 3 % abschließen“, erklärte Willy Fischel, Geschäftsführer des BVS. In 2010 wurde Kindern unter 3 Jahren Spielzeug für 320 Mio. Euro (2009: 308 Mio. Euro) geschenkt. „Eltern wissen, dass Qualität ihren Preis hat und kaufen



Kind + Jugend
15. – 18.09.2011

The Trade Show
For Kids' First Years

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

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
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

deshalb wertig“, sagt Fischel. Top-Renner sind Spielzeuge mit pädagogischem Mehrwert und Bewegungsspielzeug; auch das Outdoor-Segment boomt weiter: Ob Kipperautos zum Schieben oder Fahrzeuge zum Selberfahren (Laufrad, Bobby Car). „Kinder lieben alles, was sich von ihnen bewegen lässt“, so Fischel.

Zur Jahrtausendwende lebten in Deutschland etwas über 15 Millionen Kinder unter 18 Jahren. Heute sind es nur noch 13 Millionen. Im kinderärmsten Land Europas, Deutschland, machen Kinder 16,5 % der Bevölkerung aus. Dieser Wert soll in den nächsten 25 Jahren auf 14 % sinken. Entsprechend ist die Zahl der Textilgeschäfte und Kaufhäuser, die (auch) Kinder- und Babytextilien führen von 2.500 in den letzten fünf Jahren auf 2.150 gefallen. Nach Angaben des Bundesverbands des deutschen Textileinzelhandels (BTE) lassen Eltern, Verwandte und Freunde in diesen Geschäften durchschnittlich 275 bis 280 Euro pro Jahr und Kind für Bekleidung. Eine vom BTE im August 2011 durchgeführte repräsentative Stichprobe im Fachhandel mit Babyausstattung und Kinderbekleidung zeigt denn auch für das erste Halbjahr 2011 eine gewisse Stagnation im Markt: 28 % der Teilnehmer verzeichneten Umsatzsteigerungen, 38 % haben Umsatz gegenüber dem Vorjahr verloren, 32 % konnten am Markt höhere Preise durchsetzen. Entsprechend erwartet der BTE, dass zur Kind + Jugend die Reduzierung der Herstellerdirektverkäufe und eine Anhebung der unverbindlichen Preisempfehlungen Gesprächsthemen sein werden.

Jürgen Horst Dörfler, Vorsitzender des Fachbeirats der Kind + Jugend betonte die Bedeutung von Messen für den Handel als transparenter Marktplatz, auf welchem Innovationen und Trends gesehen und unmittelbar verglichen werden können. Zudem könnten kleine, individualisierte Geschäfte die Vorteile großer Handelskonzerne und deren Orderabteilungen „durch intensive Messearbeit und Messebesuche relativieren“, so Dörfler. Und auch in Bezug auf die Besucherstruktur behält die Kind + Jugend ihre einzigartige Stellung. Sie erreicht als einzige Branchenmesse der Welt alle relevanten Besucherzielgruppen, vom internationalen Großhandel mit seinen Top-Einkäufern bis hin zu Vertretern der Einkaufsverbände und Fachbesucher von

Kleinstunternehmen. So haben sich unter anderem neue Delegationsreisen zur Kind + Jugend angemeldet, die zum Beispiel aus Osteuropa nach Köln kommen werden, um auf der Kind + Jugend neue Geschäftskontakte aufzubauen.

Die Produktpalette zur Kind + Jugend 2011 ist groß wie immer. Vier Tage lang werden Trends, Neuheiten und Bewährtes für die kleinen und kleinsten Konsumenten präsentiert. Neben Bekleidung und Spielwaren sind Kinderwagen, Kindersitze, Hygieneartikel, Kindermöbel, Umstandsmode für werdende Mütter und Accessoires angeboten. Nach gelungener Jubiläumsveranstaltung im vergangenen Jahr wird es zudem eine Neuauflage der Modenschau auf der Kind + Jugend geben. Für die Kids Fashionshow konnten die Koelnmesse und das Mode- und Lifestylemagazin Luna gleich mehrere internationale Top-Fashionlabels gewinnen. Gezeigt werden die Kollektionen Frühjahr/Sommer 2012 von Armani Junior, Hugo Boss, Gaultier Junior, Simonetta, Paul Smith Junior und Lacoste.

Weitere Informationen und Services rund um die Kind + Jugend finden Sie unter www.kindundjugend.de

Kind + Jugend
15. bis 18. September 2011