

Generation Coronaboomer

Geburtenrate stabilisiert Umsätze

Köln, 8. September 2022

Die höchste Geburtenrate seit 1997 stabilisiert die Umsätze bei Baby- und Kinderausstattern. Im Jahr 2021 gaben Eltern für ihre Kleinsten in den ersten 3 Lebensjahren nach Einschätzung des IFH Köln knapp **2,6 Mrd. Euro** aus. Sie investierten damit **5,4 % mehr** als im Vorjahr. Umgerechnet sind das ca. **1.105 Euro pro Kind**. „Die rekordverdächtigen Geburtenzahlen im März letzten Jahres hatten es bereits angekündigt: Das Jahr 2021 erlebte einen regelrechten Babyboom und sorgte für Rückenwind im Handel“, so Steffen Kahnt, Geschäftsführer des Handelsverband Spielwaren (BVS).

Laut vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes erblickten im letzten Jahr **795.492 Kinder** das Licht der Welt. Rund **22.000 mehr als 2020**. Kündigt sich hier die **Generation Coronaboomer** an? Dass besonders viele Kinder im vierten Quartal 2021 zur Welt kamen, lässt auf einen **Zusammenhang** mit dem zweiten **Corona-Lockdown** im Winter 2020/21 schließen. Auch die Geburtenziffer je Frau ist 2021 erstmals seit 2017 wieder gestiegen, und zwar von 1,53 Kindern im Jahr 2020 auf 1,58 Kinder je Frau im Jahr 2021.

**Ausgaben für Baby- und Kinderausstattung
in Deutschland in den ersten 3 Lebensjahren**
in Mrd. Euro



Quelle: IFH Köln

PRESS
SEM
ITTE
ILUNG

Kinderwagen: Mutigere Farben im Trend

Beim Kauf eines Kinderwagens ist neben der Qualität natürlich das Design ausschlaggebend. Hier beweisen die Hersteller auch in diesem Jahr Trendgespür. Neben Hinguckern wie beispielsweise einer MERCEDES BENZ KOLLEKTION strahlen viele Modelle auch in mutigeren Farben. Wo in den letzten Jahren Schwarz-, Grau- und Beigetöne dominierten, finden sich immer häufiger Designs in senfgelb oder grün. Laut dem Marktforschungsunternehmen Interconnection Consulting kauften die Deutschen in 2021 insgesamt **720.755 Kinderwagen** (inkl. Buggys). Das entspricht einem Plus von 3,2 % zum Vorjahr. Demgegenüber steht ein **Umsatzwachstum** von 11,6 %, welches auch auf gestiegene Preise zurückzuführen ist. **Störungen in den Lieferketten** und **explodierte Transport- und Logistikkosten** sind hier die **Preistreiber**. Trotz starker Geburtenzahlen reichen die Investitionen in Kinderwagen noch **nicht** wieder an das **Vor-Pandemie-Niveau** heran.



Autokindersitze: Erholung in 2021

Der Markt für **Autokindersitze** hat sich im Jahr 2021 etwas von den Einbrüchen in 2020 erholt. Die Deutschen kauften letztes Jahr laut Interconnection Consulting rund **2,2 Millionen Autokindersitze** – **2,6 % mehr** als im Vorjahr. Auch demgegenüber steht ein starkes **Umsatzwachstum von 16,7 %**, welches - wie auch im Kinderwagensegment - vor allem auf Preissteigerungen zurückgeführt werden kann. Auch bei Autokindersitzen beweisen die Hersteller in diesem Jahr Innovationsfreude. Ging der Trend jahrelang zum Reboarder, bricht ein Hersteller nun die Lanze für das vorwärtsgerichtete Fahren. Die Innovation soll bis zu 50 Prozent mehr Sicherheit als herkömmliche, vorwärtsgerichtete Kindersitze bieten und kommt als erster Kindersitz mit integriertem Ganzkörper-Airbag.

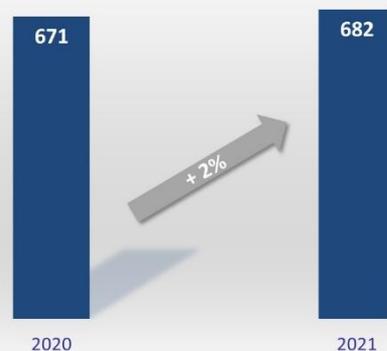
Ausblick für 2022: Stillprodukte legen zu

Im ersten Halbjahr 2022 geht der Markt für **Mutter- und Kindzubehör** laut GfK Handelspanel im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um -8 % zurück. Dabei ist der **Umsatzrückgang** sowohl für das Onlinegeschäft (-6 %) als auch für den stationären Handel (-11 %) zu beobachten. Vor allem die umsatzstarken Kategorien Autokindersitze und Kinderwagen sind auch davon betroffen. Die steigende Inflation und die Unsicherheit angesichts des Angriffskrieges in der Ukraine **dämpfen die Kauflaune** und lassen die Menschen sparsamer haushalten. Dennoch gibt es auch **wachsende Märkte**. Der Bereich **Stillprodukte**, der durch das Umsatzwachstum von elektrischen Brustpumpen getrieben wird, legte mit +6 % im Vergleich zum ersten Halbjahr 2021 zu. Gaben Eltern in Deutschland im Zeitraum Januar bis Juni 2021 noch durchschnittlich 117 Euro für eine elektrische Brustpumpe aus, so beträgt der Durchschnittspreis im ersten Halbjahr 2022 126 Euro.

Baby- und Kleinkindspielzeug: + 2 %

In **2021** haben die Deutschen mehr Geld für Baby- und Kleinkindspielzeug ausgegeben. Laut Verbraucherpanel Spielwaren der npdgroup **legte der Umsatz bei Spielzeug für unter 3-Jährige um 2 %** zu: Zählt man alles, was laut npdgroup-Statistik für unter 3-Jährige gekauft wird, wie Sandspielzeug, Lego duplo, Brettspiele oder Bobby Cars, gaben die Deutschen 2021 rund **682 Mio. Euro** aus.

**Spielzeugausgaben in Deutschland
in den ersten 3 Lebensjahren
in Mio. Euro**



Quelle: npdgroup deutschland GmbH, Consumer Tracking Service Toys Germany, basierend auf überarbeiteter Methode - nicht vergleichbar mit Daten aus früheren Jahren

Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V. (BVS)

Der BVS vertritt die Interessen des Spielwaren-Einzelhandels aller Vertriebswege und Unternehmensgrößenklassen in Deutschland. Er ist dem Handelsverband Deutschland - HDE angeschlossen, dessen Landesverbände die Delegierten der BVS-Mitgliederversammlung stellen. Außerordentliche Mitglieder sind die wichtigsten Einkaufskooperationen der Branche.

Steffen Kahnt (Geschäftsführer)
Franziska Köster (Projektleiterin)

Telefon (0221) 2 71 66-10
Telefon (0221) 2 71 66-15
E-Mail bvs@einzelhandel-ev.de