

Pressemappe zum Pressebriefing Kind + Jugend RE-START EDITION, 09.09.2021, Köln



Agenda	2 >>
Rede Oliver Frese PK-Briefing 09.09.2021	3 >>
K+J 2021 - PM BVS	7 >>
Trendbericht 2021 BDKH Deutsch	10 >>
PM 5 "RE-START EDITION Kind + Jugend 2021: Rd. 180 Unternehmen aus rd. 20 Ländern"	15 >>
PM 4 "RE-START EDITION Kind + Jugend 2021: Einfache Registrierung und Online-Tickets"	18 >>

Kind + Jugend
09.09. - 11.09.2021
www.kindundjugend.com

Presse-Briefing

RE-START EDITION Kind + Jugend 2021
09.09.2021, 9:15 Uhr, Koelnmesse GmbH, Bühne Trend Forum,
Halle 10.2 B 50 / C 51



Ausführungen

Oliver Frese
Koelnmesse GmbH / Geschäftsführer

Steffen Kahnt
Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels (BVS) / Geschäftsführer

weitere Gesprächspartner

Markus Oster
Koelnmesse GmbH / Geschäftsbereichsleiter Koelnmesse GmbH

Jörg Schmale
Koelnmesse GmbH / Director

Moderation

Christine Hackmann
Koelnmesse GmbH / Kommunikationsmanagerin

Stand: 06.09.2021
Kürzel: hac

Kind + Jugend
09.09. - 11.09.2021
www.kindundjugend.de

Presse-Briefing zur RE-START EDITION der Kind + Jugend

am Donnerstag, 9. September 2021, um 9:15 Uhr,
auf der Bühne des Trend Forums in Halle 10.2, B 50 / C 51
Ausführungen von Oliver Frese, Geschäftsführer Koelnmesse GmbH



Kind + Jugend
09.09. - 11.09.2021
www.kindundjugend.de

Meine sehr geehrten Damen und Herren,
sehr geehrte Messegäste,

ich freue mich sehr, dass Sie unserer Einladung zu unserem Presse-Briefing gefolgt sind.

Mein besonders herzlicher Gruß richtet sich heute Morgen an jene 150 Unternehmen, die mit uns gemeinsam diesen RE-START der Kind + Jugend 2021 gestalten. Ich danke Ihnen, dass Sie hier sind und für Ihr Vertrauen und Ihre Zuversicht.

Ausdrücklich begrüßen möchte ich auch unsere Zuhörer am Bildschirm. Dieses Briefing wird ja - wie alle Veranstaltungen der nächsten Tage - live über die digitale Plattform Kind + Jugend @home gestreamt. Somit sind wir auch mit denen, die in diesem Jahr nicht in Köln dabei sein können, verbunden.

Für mich als Geschäftsführer der Koelnmesse genauso wie für alle meine Kolleginnen und Kollegen hier im Unternehmen und natürlich auch für alle Mitarbeiter unserer Partnerfirmen ist dies heute ein besonderer Tag.

Erstmals seit dem Frühjahr 2020 können wir hier in Köln wieder eine unserer eigenen Veranstaltungen durchführen. Darüber hinaus ist diese Messe die erste Veranstaltung, die wir hybrid, also als Kombination aus physischer und digitaler Messe, realisieren.

Wir gehen also wieder an den Start, und zwar mit einer kleinen und feinen, sehr fokussierten, aber nichtsdestotrotz überaus sehenswerten Veranstaltung, die wir ganz bewusst „RE-START EDITION Kind + Jugend“ genannt haben.

Diese Messe ist natürlich nicht vergleichbar mit der Kind + Jugend, wie wir sie vor zwei Jahren erlebt haben. ABER: Diese Messe ist ein Zeichen für die Resilienz der gesamten Branche, die sich trotz vieler Einschränkungen kontinuierlich weiterentwickelt hat und aktiv dafür sorgt, dass Eltern und Kinder weiter auf gute, sichere und auch schöne Produkte vertrauen können.

Die hier ausstellenden Unternehmen sind dafür ein hervorragendes Beispiel. Dank ihnen treffen Einkäufer aus dem Einzel- und Großhandel hier in Köln auf ein vielseitiges Angebot, das sowohl von bekannten Markennamen als auch von kleineren

und mittleren Unternehmen dargestellt wird.

Seite
2/4

Wir freuen uns auch, dass mit Unterstützung des Wirtschaftsministeriums sechs junge innovative Unternehmen zu den Ausstellern gehören, ebenso wie sechs Start-Ups mit ihren frischen Ideen.

Darüber hinaus präsentieren sich drei Gruppenbeteiligungen. Sie kommen aus Lettland, der Türkei und Spanien.

Überhaupt ist der Auslandsanteil bemerkenswert. Die Aussteller kommen aus 24 Ländern, und der Auslandsanteil ist mit rund 80 Prozent damit ähnlich hoch wie auf der „regulären“ Kind + Jugend.

Die hier vertretenen Aussteller der RE-START EDITION nutzen die Gelegenheit, sich ganz gezielt und selbstbewusst in diesem kleineren Rahmen vorzustellen und dadurch die Blicke auf sich zu ziehen. Die Aufmerksamkeit ist ihnen in diesem Jahr sicher!

Das vielseitige Angebot greift die aktuellen Themen auf, die dem Markt Dynamik verleihen: Nachhaltigkeit, Produkt- und Anwendungssicherheit, langlebiges Produktdesign, Individualität und Flexibilität, Mobilität.

Herr Kahnt wird Ihnen gleich dazu mehr berichten können, auch über die Stimmung in der Branche.

Ich freu mich bereits auf Ihre Ausführungen, Herr Kahnt.

Auch das Vortrags- und Diskussionsprogramm, das an den kommenden Tagen hier auf der Bühne des Trend Forums stattfinden wird, wird den Branchenfachleuten Hintergründe und Analysen bieten. Experten beleuchten Daten und Fakten aus Industrie und Handel, wagen den Blick in die Zukunft und geben Hilfsstellung für neue Herausforderungen. Themen sind auch hier Nachhaltigkeit und Produktdesign, aber auch Influencer- und Online-Marketing sowie Social Media.

Die Kind + Jugend ist eine Fachmesse für Fachleute aus der Branche. Die bisherigen Anmeldedaten stimmen uns auch im Hinblick auf die Besucherzahlen optimistisch, auch wenn wir hier von ganz anderen Dimensionen als 2019 sprechen und diese natürlich auch nicht mit Publikumsmessen vergleichbar sind wie z. B. die vom Caravan Salon in Düsseldorf, die ja, und das freut uns auch hier in Köln, mit hervorragenden Besucherzahlen abschloss.

Da viele unserer Messegäste in diesem Jahr aus sehr unterschiedlichen Gründen nicht kommen können oder wollen, haben wir mit der digitalen Plattform Kind + Jugend @home einen ergänzenden, interaktiven Zugang zur Branche geschaffen.

Alle Aussteller präsentieren sich auf Kind + Jugend @home zusätzlich zu ihrer Live-Präsenz in der Halle auch online. Sie können dort ihre Produkte zeigen, individuelle Inhalte erstellen und die Networking-Tools nutzen. Sie können - wie in der realen Messehalle - Besucher direkt ansprechen. Besucher der Website können wiederum

direkt Kontakt zu Ausstellern aufnehmen, sich zu Video-Chats oder Telefonaten verabreden, Nachfragen platzieren oder Bestellungen aufgeben.

Seite
3/4

Auch das Programm des Trend Forums wird hier abgebildet, sodass den Vorträgen und Präsentationen im Live-Stream oder auch zu einem späteren Zeitpunkt gefolgt werden kann.

Und: Die Kind + Jugend @home ist noch bis Ende Oktober geöffnet! Das erhöht die Reichweite und die Präsenz der Aussteller und der Messe deutlich und bietet dem brancheninternen Dialog neue Möglichkeiten und Dimensionen.

Wie schon erwähnt, ist die Kind + Jugend die erste Messe im Portfolio der Koelnmesse, die hybrid stattfinden kann. Wir haben uns in den letzten 18 Monaten sehr intensiv mit digitalen Formaten beschäftigt und auch bereits überaus erfolgreiche digitale Events veranstaltet, wie z. B. die gamescom oder die DEMEXCO, die bereits zweimal rein digital stattfanden.

Aber es war uns bis jetzt schlicht nicht möglich, auch unser hybrides Konzept umzusetzen, also die Kombination aus physischer und digitaler Messe, einfach weil physische Messen pandemiebedingt nicht stattfinden konnten.

Deshalb ist die RE-START EDITION der Kind + Jugend auch in dieser Hinsicht für die Koelnmesse eine wichtige Premiere. Weitere Messen wie die Dentalfachmesse IDS und die Anuga werden in Kürze ebenfalls als hybride Veranstaltungen folgen.

Denn für die Zukunft, für die wir uns rüsten, sehen wir das hybride Modell als eine wichtige und notwendige Weiterentwicklung unserer Präsenzmessen an. Die Zukunft ist hybrid. All die Möglichkeiten, die uns die letzten Monate aufgezeigt haben, sind eine Chance, den Messemarkt noch breiter und wirkungsvoller aufzustellen.

Werden Unternehmen weiter in Köln ausstellen? Ja, da sind wir sicher, genauso wie wir sicher sind, dass die Fachbesucher auch in Zukunft nach Köln kommen werden. Der Wunsch nach persönlicher Begegnung und direktem Kontakt wurde ja in allen Branchen immer wieder klar artikuliert. Aber über die digitalen Plattformen wird sich die Ansprache von Marktteilnehmern vervielfachen und damit auch Menschen und Märkte erreichen, denen der Weg nach Köln bisher zu weit oder nicht möglich war.

Das ist auch eine gute und wichtige Perspektive für die international aufgestellte Kind + Jugend, die wir ab 2022 sicher, hoffentlich, wieder in voller Besetzung erleben werden.

Für die Baby- und Kleinkindausstattungs-Branche, aber auch für uns als Messegesellschaft, ist diese erste Messe daher nach langer Durststrecke ein wichtiges Signal.

Zusammen mit unseren Auslandsmessen pueri Expo in Sao Paulo und der Kind + Jugend Asean, die 2022 in Bangkok erstmals durchgeführt wird, bietet die Kind + Jugend in Köln in Kombination mit der Kind + Jugend @home der gesamten Branche

eine weltumspannende und gleichzeitig höchst flexible Handelsplattform, die auch regionale Bedürfnisse und Anforderungen berücksichtigt.

Seite
4/4

Wir sehen uns also für die Zukunft gut aufgestellt und möchten alle Marktteilnehmer einladen, uns auf diesem Weg zu begleiten.

Noch finden Messen unter besonderen Vorzeichen statt, und die Koelnmesse hat sich auf die Durchführung der Re-Start Edition der Kind + Jugend intensiv vorbereitet, u. a. mit einem umfassenden Maßnahmenpaket, das wir unter dem Begriff #besafe4business zusammengefasst haben. Die aktuellen Corona-Schutzverordnungen des Landes NRW haben hier im Übrigen für deutlich mehr Planungssicherheit gesorgt.

Grundlegende Voraussetzung für die Durchführung einer sicheren Messe ist die Umsetzung des 3G-Prinzips, das wir mit Rücksicht auf unsere ausländischen Messegäste CH3CK nennen. Alle Messegäste und Dienstleister, alle Journalistinnen und Journalisten durchlaufen einen identischen Prozess. Somit können wir für alle den nötigen Sicherheitsraum hier in den Messehallen schaffen.

Sie können sich in den kommenden Tagen selbst davon überzeugen, dass Messen unter diesen Bedingungen machbar sind und gleichzeitig das Messeerlebnis nicht darunter leiden muss.

Das ganze Kind + Jugend-Team freut sich auf eine schöne, bunte und inspirierende RE-START EDITION der Kind + Jugend 2021. Wir freuen uns auch auf die Premiere der Kind + Jugend @home, vor allem aber freuen wir uns über persönliche Begegnungen und Gespräche und über Produkte zum Anfassen.

Ich wünsche Ihnen und uns erfolgreiche Messetage!

Stand: 08.09.2021

Kürzel: hac

Corona sorgt für Blitz-Babyboom

Handel mit Kinderausstattung wieder auf Spur

Köln, 9. September 2021

Die Corona-Krise ist auch am Handel mit Baby- und Kinderausstattung nicht spurlos vorbeigegangen. So gaben Eltern in **2020** für ihre Kleinsten in den ersten 3 Lebensjahren nach Einschätzung des IFH Köln **2,45 Mrd. Euro** aus. Sie investierten damit **4,5 % weniger** als im Vorjahr. Umgerechnet sind das ca. 1.048 Euro pro Kind. *„Kurzarbeit, geschlossene Geschäfte und die generelle Unsicherheit in der Pandemie haben die Kauflaune der Konsumenten kurzfristig gedämpft. Aber: An Kindern wird zuletzt gespart. Deshalb stehen die Zeichen schon wieder deutlich auf Erholung“*, so Steffen Kahnt, Geschäftsführer des Handelsverband Spielwaren (BVS).

Bemerkenswert: Nach einer leichten „Baby-Flaute“ im Jahr 2020 (-0,6 % im Vergleich zum Vorjahr) entpuppt sich Corona als wahrer Storch und sorgt für einen Blitz-Babyboom im März 2021. Laut vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes kamen im **März 2021** 65.903 Kinder zur Welt - **satte 10 % mehr als im Vorjahr**. So viele Geburten gab es zuletzt im März 1998. Zeitlich hängt die Entstehung der März-Babys mit dem Abflachen der ersten Corona-Welle ab Mai 2020 zusammen.

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



Kinderwagen: Mehr Outdoor-Aktivitäten in Corona-Zeiten

Bei dem Kauf eines Kinderwagens achten Eltern vermehrt auf gute Qualität, Nachhaltigkeit und Komfort. Gerne gehen sie hierfür in ein Fachgeschäft und lassen sich beraten. Und das immer früher: werdende Eltern schaffen den

PRESS
SEM
ITTE
ILUN
G

Kinderwagen oft schon in den ersten Monaten der Schwangerschaft an. Laut dem Marktforschungsunternehmen Interconnection Consulting kauften die Deutschen in **2020** insgesamt **698.096 Kinderwagen** (inkl. Buggys). Das entspricht einem **Minus von ca. 15 %** gegenüber dem Vorjahr. Fehlende Anlässe wie Reisen, auf denen ein kompakterer Wagen benötigt wird oder die schwächere Geburtenrate erklären den Einbruch im Kinderwagensegment. Der Trend zu Outdoor-Aktivitäten mit Kind hat dagegen durch Corona noch einmal zugelegt. **Kombi-Kinderwagen**, die gleichzeitig als **Jogger und Fahrradanhänger** benutzt werden können, sind stark gefragt.



Autokindersitze: +15 % nach Corona-Flaute

Der Markt für **Autokindersitze** hat im Jahr 2020 ebenfalls unter der Pandemie gelitten. Die Deutschen kauften letztes Jahr laut Interconnection Consulting rund **2,1 Millionen Autokindersitze** – das sind knapp **14 % weniger** als im Vorjahr. Im **April 2020**, in dem der stationäre Baby- und Spielwarenfachhandel geschlossen blieb, verzeichnete die Produktkategorie laut GfK sogar einen Rückgang von **-46 %** (in Wert, gemessen am GfK Panelmarkt.)

Verglichen mit dem schwachen ersten Halbjahr 2020, fielen die Umsätze laut GfK für die erste **Jahreshälfte 2021 mit einem Plus von 15 %** positiv aus. Der Großteil des Wachstums fand im Onlinehandel statt (+20 %), jedoch auch die stationären Geschäfte verzeichneten einen Anstieg von 9 %. **Das Onlinegeschäft gewinnt somit zunehmend an Bedeutung.** Wurde im ersten Halbjahr 2020 54 % des Umsatzes für Autokindersitze online erzielt, so waren es in den ersten 6 Monaten 2021 bereits 57 %. Während der Umsatz im stationären Handel überwiegend aus Verkäufen von I-size Sitzen (europäischer Sicherheitsstandard) bzw. Kindersitzen der kleinsten

Altersgruppen (0/0+, 0+/1) resultierte, hatten im Internet weiterhin die Sitzgruppen 1/2/3 und 2/3 den größten Umsatzanteil.

Baby- und Kleinkindspielzeug: Positiver Trend fortgesetzt

Auch in **2020** haben die Deutschen – wie bereits in den Vorjahren - mehr Geld für Baby- und Kleinkindspielzeug ausgegeben. Laut Verbraucherpanel Spielwaren der npdgroup **legte** der Umsatz bei **Spielzeug für unter 3-Jährige um 2,4 %** 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 2020 **547 Mio. Euro** aus.

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



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



Trendbericht des Bundesverbands Deutscher Kinderausstattungs- Hersteller e. V. (BDKH) zur Kölner Fachmesse Kind + Jugend 2021 18. August 2021

Online, Second Hand & Nachhaltigkeit

Der Industrieverband für Kinderwagen, Autokindersitze & Co. berichtet über die aktuelle Lage der Branche, die Veränderungen durch Corona und welche neuen Produktfeatures wichtig werden.

Das zweite Pandemiejahr 2021 ist von der Hoffnung auf ein Ende der Krise geprägt. Vieles ist besser geworden, die meisten Anpassungen sind vollzogen und manches zählt bereits zur Normalität. Kommunikation, Marketing und Vertrieb spielen sich vorwiegend im virtuellen Bereich ab, die Messen bieten digitale und hybride Formate an und die Konsumenten verhelfen dem Online-Handel zu neuen Rekorden. Zum Jahresbeginn freut sich die Kinderausstattungsbranche über einen Geburtenhöchststand in Deutschland wie seit 20 Jahren nicht mehr.

Geburtenrekord im März

Während 2020 die Zahl der Neugeborenen mit 773.000 im Vergleich zum Vorjahr um rund 5.000 Babys niedriger lag, ließ eine Mitteilung des Statistischen Bundesamts im Frühjahr aufhorchen. Ab Februar und März 2021 war mit plus 6 bzw. 10 Prozent mehr Geburten im Jahresvergleich ein kleiner Babyboom in Deutschland und weiteren europäischen Ländern zu beobachten. Dem „Cocooning-Effekt“ nach dem Abflauen des ersten Lockdowns einerseits stehen die wirtschaftlichen Sorgen in den von der Pandemie besonders betroffenen Ländern gegenüber. In Spanien, Frankreich oder Belgien blieben die Geburtenzahlen daher eher rückläufig.

Ein weiterer Trend ist das steigende Durchschnittsalter von Frauen bei der Geburt ihres ersten Kindes – in Deutschland sind die Mütter durchschnittlich 30 Jahre. Auch der Anteil von Ü40-Müttern steigt. Das höhere Alter der Mütter und der wachsende Einsatz von künstlicher Befruchtung werden auch als Ursachen für die zunehmende Zahl von Mehrlingsgeburten gesehen. In Deutschland war 2019 nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sogar jedes 27. Neugeborene ein Mehrlingskind, zumeist ein Zwilling. Das entspricht einem Anteil von 3,7 Prozent.

Wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland

War das Jahr 2020 auch durch die pandemiebedingte Unterbrechung der Lieferketten wirtschaftlich eine Achterbahnfahrt mit dem stärksten Einbruch im Frühjahrsquartal seit Kriegsende, präsentierte sich 2021 bislang stabil. Die Produktion der Industrie, die für ein Viertel der Wertschöpfung in Deutschland sorgt, blieb trotz hoher Inzidenzzahlen im ersten Jahresdrittel bislang weitgehend unbeeinträchtigt. Das Bruttoinlandsprodukt hat laut dem Konjunkturbarometer des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung von April bis Juni mit rund zweieinhalb Prozent einen kräftigen Satz gemacht. Die anhaltende Erholung kommt auch auf dem Arbeitsmarkt an, wo immer mehr Menschen aus der Kurzarbeit in die reguläre Beschäftigung zurückkehren. Dennoch sind die Pandemiefolgen noch nicht bewältigt. Die zunehmende Rohstoffknappheit belastet die Industrie und die Insolvenzgefahr steigt.



„Die durch die Pandemie nachhaltig beeinträchtigten Lieferketten sind dabei, sich wieder zu normalisieren“, berichtet BDKH-Geschäftsführer Michael Neumann. „Was den meisten Herstellern weiterhin sehr zu schaffen macht, sind die Containerpreise aus Asien nach Europa. Die Kosten hierfür sind im Vergleich zum Vor-Corona-Niveau quasi explodiert. Das treibt die Kosten für viele Produkte erheblich nach oben und zwingt die Hersteller, das in den Preisen weiterzugeben.“

Wie unsere Kinder leben

Nicht aus den Augen zu verlieren, ist die Tatsache, dass etwa jedes fünfte Kind in Deutschland in relativer Armut lebt. Rund 2,8 Millionen Kinder und Jugendliche sind hierzulande armutsgefährdet – und damit häufig auch bildungsbenachteiligt. Dieser Anteil liegt bereits seit Jahren leider konstant bei etwas über 20 Prozent.

Die Ausgaben der Eltern für ihre Kinder sind in Deutschland entsprechend unterschiedlich und stark vom verfügbaren Einkommen abhängig. Laut der jüngst veröffentlichten Studie „Konsumausgaben von Familien für Kinder“ des Statistischen Bundesamtes geben die einkommensschwächsten zehn Prozent der Bevölkerung 424 Euro im Monat für ein Einzelkind aus, die einkommensstärksten zehn Prozent mit 1.212 Euro fast dreimal so viel. Die Zahlen beziehen sich auf Erhebungen von 2018. Im Durchschnitt liegen die monatlichen Ausgaben für ein Einzelkind bei 763 Euro, für zwei Kinder bei 1.276 Euro und drei Kinder 1.770 Euro. Ein Einzelkind verbraucht rund 21 Prozent der Konsumausgaben seiner Eltern. Im Vergleich zum Jahr 2013 (durchschnittlich 660 Euro) sind die Ausgaben für ein Einzelkind damit um 16 Prozent gestiegen.

Der Markt für Baby- und Kinderausstattung 2020

Hansjürgen Heinick, Senior Consultant des IFH Köln, beschreibt die verschiedenen Entwicklungen im Markt für Baby- und Kinderausstattung im Jahr 2020: „Der Umsatz ist hier um rund 8 Prozent gesunken. Dazu beigetragen haben bei den Segmenten vor allem die Bereiche Bekleidung, Schuhe und Accessoires inklusive Schultaschen und Ranzen. Und das vor allem bei den Minis und Kids, während die Rückgänge bei den Babys weniger deutlich ausfielen.“ Positiv hätten sich im vergangenen Jahr besonders die Warengruppen rund um die Kindermobilität entwickelt – sprich bei den Kinderfahrzeugen und Kinderfahrrädern.

Autokindersitze im Lockdown

Pauline Fleischer, Junior Consultant Market Intelligence der GfK in Nürnberg berichtet, dass die Kategorie Autokindersitze in Deutschland im krisengebeutelten ersten Halbjahr 2020 aufgrund der Geschäftsschließungen starke Umsatzeinbußen von minus 13 Prozent hinnehmen musste. Im April 2020, als der stationäre Baby- und Spielwarenfachhandel geschlossen blieb, verzeichnete diese Produktkategorie sogar einen Rückgang von 46 Prozent (in Wert), gemessen am GfK Panelmarkt. „Verglichen mit dem schwachen ersten Halbjahr 2020, fielen die Umsätze für die erste Jahreshälfte 2021 mit einem Plus von 15 Prozent positiv aus“, so Fleischer. Der Großteil des Wachstums habe im Onlinehandel stattgefunden (20 Prozent). Die stationären Geschäfte hätten einen Anstieg von immerhin 9 Prozent verzeichnen können. Während der Umsatz im stationären Handel überwiegend aus Verkäufen von i-Size-Sitzen bzw. Kindersitzen der kleinsten Altersgruppen (0/0+, 0+/1) resultierte, erzielten im Internet weiterhin die Sitzgruppen 1/2/3 und 2/3 den größten Umsatzanteil.

Discovery Gap und Pull-Effekt

Im stationären Handel zeichnet sich mittlerweile eine Discovery Gap ab, beobachtet Ulrica Griffiths, Inhaberin der Kommunikationsagentur Griffiths Consulting in München-Haar: „Der Handel verlangt inzwischen von seinen Lieferanten einen Pull-Effekt. Das heißt, wenn die Kunden eine Marke nicht direkt im Geschäft nachfragen, hat sie schon weniger Chancen,



überhaupt gelistet werden. Hat der Händler früher noch selbst im Beratungsgespräch die verschiedenen Marken vorgestellt, ist es heute üblich, dass die Kunden direkt nach bestimmten Marken fragen. Online kennen wir diesen Effekt schon länger. Dadurch ist es für Unternehmen noch wichtiger geworden, in die Endverbraucherkommunikation investieren.“

Second Hand auch bei Hartware

Ein verändertes Konsumverhalten aufgrund des Klimawandels sei neben den pandemiebedingten Umständen – geringerer Bedarf aufgrund Schulschließungen und weniger Sportevents – besonders bei der Bekleidung bemerkbar, so Hansjürgen Heinick vom IFH Köln. „Second Hand dürfte künftig mehr oder weniger deutlich an Bedeutung gewinnen und auch auf andere Segmente, wie etwa Kinderwagen, abstrahlen.“ Die Treiber des Second Hand-Booms sind neben dem bewussteren Konsum die Digitalisierung, so eines der Erkenntnisse der IFH Köln-Studie „Nachhaltigkeit in der amazonisierten Welt“. Mithilfe verschiedener Apps und Services wird etwa der Handel mit gebrauchter Kleidung zum relevanten Umsatzfaktor.

Dauerbrenner Nachhaltigkeit

Mit gutem Grund gibt es beim Innovation Award der Kölner Fachmesse Kind + Jugend ab diesem Jahr erstmals die Kategorie „Nachhaltigkeit“. Von der Corona-Pandemie und der zunehmend deutlichen Klimakrise getriggert, hinterfragen vor allem die jüngeren Konsument:innen vermehrt ihre Kaufentscheidungen. Damit einher geht auch der häufigere regionale Einkauf – online wie offline. „Nachhaltigkeit ist Pflicht“, bestätigt auch Ulrica Grifftiths. „Nachhaltigkeit ist inzwischen obligatorisch, wenn ein Hersteller bei Händlern, Verbrauchern und Meinungsführern salonfähig sein möchte. Das führt dazu, dass immer mehr Unternehmen, die sich in ihren Botschaften und Angeboten auf ganz andere Vorteile fokussiert haben, Nachhaltigkeit umsetzen und auch kommunizieren.“

Ausbau der digitalen Formate

Für das BDKH-Mitgliedsunternehmen LÄSSIG aus Babenhausen stand nachhaltige Kinderausstattung bereits seit seiner Gründung auf dem Programm. Nachhaltig und als Team wurden auch die Corona-bedingten Herausforderungen angegangen. „Wir haben digitale Formate und die Aktivitäten um den Online-Shop ausgebaut. Wir zeigen mehr Gesicht hinter LÄSSIG, möchten nicht nur als coole, innovative und nachhaltige Produktwelt und Marke wahrgenommen, sondern noch viel mehr mit allen unseren Gedanken und Emotionen gespürt und verstanden werden“, erzählt Claudia Lässig, die sich gemeinsam mit Stefan Lässig und Karin Heinrich die Geschäftsführung der Lässig GmbH teilt. „Wir werden weiterhin die Aktivitäten und Investitionen rund um den Online-Shop, aber auch beim Support des stationären Handels antreiben“, so Stefan Lässig. Man freue sich, dass die Kind + Jugend in diesem Jahr wieder stattfinden könne und man als Aussteller in Köln dabei sei.

Corona als Katalysator

„Die Corona Pandemie hat die Verschiebung hin zum Online-Handel verstärkt, und wir versuchen mit unseren Händlern und Partnern diese Entwicklung möglichst optimal zu unterstützen“, berichtet Ergobaby Senior Brand Marketing Manager Robin Homolac. „Neben den vielen negativen Auswirkungen hat die Corona-Pandemie für uns aber auch als ein Katalysator für die Erschließung neuer Formate gewirkt“. Ergobaby legt den Fokus weiter auf die Entwicklung neuer Touchpoints und Kanäle, wie beispielsweise neue Live-Formate, die auf Endkunden, B2B-Kunden, aber auch Health Professionals in Form von Webinaren oder Live-Sessions zugeschnitten und neu entwickelt wurden. „Das steigende Bedürfnis der Kunden nach einer nachhaltigen Option im Sortiment ist motivierend und wir versuchen diese Nachfrage in jeder Art und Weise zu unterstützen. Nicht nur mit der Entwicklung neuer, nachhaltiger Babytragen, sondern auch mit unserem gerade gestarteten Everlove



Programm: einfacher Rückkauf, qualifizierte Aufbereitung, Weiterverkauf inklusive Garantieversprechen von einem Jahr. Diesen grünen Service bietet außer uns derzeit kein anderer Hersteller für Babytragen in Europa“, berichtet Homolac.

Die Umwelt im Blick beim Baden, Stillen oder Füttern

Produkte für Babys und jene, die bei Mutter und Kind hautnah zum Einsatz kommen, werden von Konsument:innen besonders kritisch auf Schadstofffreiheit und Unbedenklichkeit geprüft. So zählen zu den Neuheiten bei Rotho Babydesign Textil-Accessoires für das Babybad in einer ökologisch-nachhaltigen Bambus-/Baumwoll-Qualität, wie Marketing Director Silvia Emge berichtet. Darunter fallen Badeponchos, Kapuzenhandtücher und Musselintücher. Auch die neuen Farben im Bad sind der Natur entlehnt: das warme Langoustino und das zarte Shale Green. Heidi Schäfer, Vice President der deutschen Lansinoh Laboratories Inc., hat beobachtet, dass Konsument:innen immer häufiger die nachhaltigen Produktvarianten im Sortiment wählen: waschbare Mehrwegstilleinlagen statt Einwegstilleinlagen oder Babyflaschen aus Glas statt Polypropylen.

Aus dem Plastikmüll des Ozeans

Auch die klassischen Hardware-Produkte der Kinderausstattung sind heute nachhaltig hergestellt. Die Peg Perego-Neuheiten, der Kinderwagen Veloce und die Liegebabyschale Lounge, sind beide auch im Dessin 500 erhältlich, das aus einem ganz besonderen Garn gefertigt wird: Es wird aus Plastikflaschen gewonnen, die vorher als Müll die Ozeane verschmutzt haben. Barbara Haussmann, verantwortlich für Marketing & PR beim deutschen Vertriebspartner PEG Kinderwagenvertriebs- und Service GmbH in Dachau, berichtet vom großen Interesse junger Eltern an nachhaltigen und in Europa hergestellten Produkten. „Besonders vor dem Hintergrund der drastisch angestiegenen Containerpreise aus Fernost können wir uns als Lieferant und Hersteller aus Italien glücklich schätzen.“

Sicherheit und Komfort im Auto

Beim Thema Sicherheit für ihre Kleinen machen Eltern keine Kompromisse. „Bei den Autokindersitzen geht es nach wie vor um maximale Sicherheit. Dabei ist rückwärtsgerichtetes Fahren so lange wie möglich ein wichtiger Aspekt beim Kauf eines Kindersitzes“, so Barbara Haussmann von PEG. Aber auch der Komfort darf nicht zu kurz kommen, den etwa der schnelle Wechsel zur rückschonenden Liegefunktion der Babyschale Primo Viaggio Lounge bewerkstelligt. Im jüngsten Stiftung Warentest Kindersitztest 06/2021 wurde sie als beste Liegebabyschale mit 1,7 bewertet. Größere Kids von dreieinhalb bis zwölf Jahren fahren sicher mit dem neuen i-Size Sitz Graco EverSure. Wachstumsschüben der Passagiere kann sich der Sitz mit einem Handgriff und über zehn verschiedene Stufen anpassen. Auch hier wird mit zusätzlichen Features auf Komfort geachtet: ausziehbare Becherhalter, eine besonders weiche Sitzfläche und extra gepolsterte Armlehnen.

Recycelte Premium-Produkte

Auf Entwicklungen wie Wohnraumverdichtung, auto-befreite Städte und Klimaveränderungen reagiert der Hersteller Artsana in der neuen Saison mit platzsparenden Indoor-Produkten und Innovationen für den Transport von Babys in immer fahradfreundlicheren Städten. Dazu kommen multifunktionale Produkte und recycelte Materialien, berichtet Caroline Meißner, Senior Product Manager DACH. Den Anfang macht die elegante Black Re_Lux Capsule Collection aus 100 Prozent recyceltem Polyester, das nach dem Global Recycled Standard zertifiziert ist. Das elegante Schwarz, verbunden mit edlen goldenen Details, verleiht dem Material einen luxuriösen Glanz. Die schicke Capsule Collection wird beim Chicco Kombikinderwagen Best Friend Pro, dem selbstschließenden Sportwagen goody Plus und



dem City-Buggy OHLalà 3 realisiert und zeigt, dass nachhaltig und trendy keine Gegensätze sind.

www.bdkh.eu und www.kleineheldenlebensicher.de

Der Bundesverband Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e. V. (BDKH)

Der BDKH ist das Sprachrohr deutschsprachiger Hersteller von Produkten, die sozialverträglich und nach höchsten Qualitätsstandards hergestellt werden. Als Mitglied im Dachverband ENPC (European Nursery Products Confederation) fördert der Verband auf europäischer Ebene aktiv die Qualität und Sicherheit von Kinderprodukten. Die Mitgliedsunternehmen decken die gesamte Bandbreite hochwertiger Hardware ab: Kinderwagen, Autokindersitze, Hochstühle, Möbel, Textile Ausstattung, Wickeltaschen, Still-, Hygiene- & Badeprodukte, Essen & Trinken, Babyspielzeug, Schlafumgebung, Outdoor & Reise, Fahrradzubehör, Babytragen, Babyphones. Zu den Mitgliedern des BDKH zählen die großen Namen der Branche wie etwa Britax Römer, Alvi, LÄSSIG, Rotho Babydesign, tfk Trends for Kids, Chicco, Recaro, Moon, Dorel (Maxi-Cosi, Quinny), Peg Perego, Ergobaby, Joie, Nuna, Lansinoh oder Start-ups wie Solwi. Die Endverbraucher-Initiative des BDKH „Kleine Helden leben sicher“ trägt mit Informationskampagnen zu Unfallvermeidung und dem sicheren Aufwachsen unserer Kinder bei.

Bildmaterial zu dieser Pressemeldung im [Download](#)

Bitte verwenden Sie Bilder und Grafiken mit einem Hinweis auf das jeweilige Unternehmen.

Nr. 5 / August 2021, Köln
#kindundjugend #restarteditionkindundjugend

RE-START EDITION Kind + Jugend 2021: Rd. 180 Unternehmen aus rd. 20 Ländern



Trend Forum mit Vorträgen, Diskussionen und Analysen

Ergänzend: Kind+Jugend @home

Die RE-START EDITION der Kind + Jugend vom 9. bis 11. September 2021 bietet einen konzentrierten Einblick in die Produktwelten von rd. 180 Unternehmen aus etwa 20 Ländern aus den Angebotsbereichen Heimtextil, Dekoration und Bekleidung, Kinderwagen und Autokindersitze. Die Aussteller kommen aus Deutschland, den Niederlanden, Österreich, Polen, Dänemark und anderen europäischen Ländern und zeigen Neues aus der Baby- und Kleinkindausstattungsbranche. Unternehmen wie Lässig, Thule, Engel, Sterntaler oder Thermobaby stehen z. B. für nachhaltige Produkte und Konzepte, eines der großen Zukunftsthemen. Sicherheit und Gesundheit bleiben ein wichtiges Anliegen von Eltern. Hier bieten Unternehmen wie Agu Baby oder Dooky Xplorys BV neue Ideen. Kinderwagen und Autositze zeigen u. a. Osann, Thor und Thule. Zahlreiche Hersteller präsentieren hochwertiges Zubehör und liebevoll ausgearbeitete Details, die das Leben von Kindern und Eltern nicht nur leichter, sondern auch schöner machen. Die aktuelle Ausstellerliste der Re-Start Edition der Kind + Jugend 2021 ist aktuell auf der Homepage einzusehen, sodass der Messebesuch gut vorbereitet werden kann.

Ergänzend dazu bietet die Messe mit dem Trend Forum ein hervorragend besetztes Vortrags- und Diskussionsprogramm. Branchenexperten beleuchten Daten und Fakten aus Industrie und Handel, wagen den Blick in die Zukunft und geben Hilfsstellung für neue Herausforderungen.

So stellen sich am Morgen des ersten Messetags Claudia Lässig von der Lässig GmbH, Tomma Rabach von Rabach Kommunikation sowie ein Experte vom BDKH den Fragen der 1st Steps-Moderatorin Astrid Specht unter der Überschrift: Babybranche im Wandel.

Social Media gewinnt als Kommunikations- und Vertriebskanal auch für Unternehmen der Baby- und Ausstattungsbranche immer mehr Bedeutung. Ulrich Esch von der Agentur Rheinfaktor, die u. a. die Social-Media-Aktivitäten der Kind + Jugend betreuen, gibt Einblicke in die Möglichkeiten. Auch die Kooperation mit Influencer kann für Aufmerksamkeit sorgen. Miriam Wiederer von Echte Mamas gibt hier Tipps für Kooperationen und Ideen. Auch das Thema Online-Marketing, für viele Unternehmen noch entwicklungsfähig, wird mit Bezug zur Branche als wichtige Vertriebsstrategie dargestellt.

Kind + Jugend
09.09. - 11.09.2021
www.kindundjugend.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:
Christine Hackmann
Telefon
+49 221 821-2288
Telefax
+49 221 821-3544
E-Mail
c.hackmann@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)
Oliver Frese
Herbert Marnier

Vorsitzende des Aufsichtsrats:
Oberbürgermeisterin Henriette
Reker

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

Experten von Trendbible sind auf der Kind + Jugend immer gern gesehen, denn sie beleuchten aktuelle Tendenzen und Bewegungen im internationalen Vergleich. Jenna Galley, Expertin aus dem Trendbible-Team, widmet sich in Teil 1 den Makro-Trends 2022 und in Teil 2 den Design-Trends 22

Seite
2/3

Das Thema Nachhaltigkeit bewegt die Menschen in allen Bereichen, gerade auch im Hinblick auf die kommenden Generationen. Nils Bader, Gründer Green Product Award, zeigt die Bedeutung internationaler Netzwerke, Trends und Beispiele auf. Über nachhaltiges Produktdesign wird Nils Bader in einem weiteren Vortrag sprechen. Und Federika Suess vom Etika, einer Initiative des BDKH, erläutert, wie man in fünf Schritten zum Nachhaltigkeitskonzept gelangt.

„An Evergreen Generation“ betitelt Jenny Kieras von The Insight Family ihren Beitrag auf dem Trend Forum. Der Blick richtet sich auf eine neue Generation von Eltern und Kindern, die die Welt zum Besseren verändern möchten und Konsumgewohnheiten ebenso wie Verhaltensweisen hinterfragen. Welchen Einfluss üben Konsument:innen aus, wenn es darum geht, Nachhaltigkeit zu fördern?

Zum Abschluss des zweiten Messtages stellt Nils Borghs vom Planungsbüro 4Fahrt die Ergebnisse des diesjährigen Selection Kids Design Awards vor. Auch 2021 haben sich zahlreiche junge Designer mit Entwürfen am Wettbewerb beteiligt. Die zehn besten, von der Fachjury bewerteten, Entwürfe werden auf dem Trend Forum der Re-Start Edition der Kind + Jugend 2021 vorgestellt.

Alle Programmpunkte auf der Bühne des Trend Forums werden auch live auf der digitalen Plattform Kind+Jugend @home zu sehen sein. Die Kind+Jugend @home steht bis Ende Oktober zur Verfügung. Um das Ausstellerprogramm und die Vorträge des Trend Forums abzurufen, ist für Interessierte lediglich eine Registrierung auf der Homepage nötig.

Alle Informationen zum Messebesuch, zum digitalen Ticketing und zu den Eingangsregelungen sind auf der Website der Kind + Jugend zu finden.

<https://www.kindundjugend.de>

Koelnmesse - Global Competence in Furniture, Interiors and Design: Die Koelnmesse ist der internationale Top-Messeveranstalter für die Themen Einrichten, Wohnen und Leben. Am Messeplatz Köln zählen die Leitmesse imm cologne sowie die Messeformate LivingKitchen, ORGATEC, spoga+gafa, interzum und Kind + Jugend zu etablierten Branchentreffpunkten von Weltrang. Diese Messen bilden umfassend die Segmente Polster- und Kastenmöbel, Küchen, Büromöbel, Outdoor-Living sowie die Innovationen der Möbelzulieferindustrie ab. Das Portfolio hat die Koelnmesse in den vergangenen Jahren gezielt um internationale Messen in den wichtigsten Boom-Märkten der Welt ergänzt. Dazu zählen die idd Shanghai, die interzum bogotá in Bogotá, die interzum guangzhou in Guangzhou, die Kind + Jugend ASEAN in Bangkok, die ORGATEC TOKYO in Tokio und die Pueri Expo in São Paulo. Mit ambista, dem Internetportal des Netzwerks der Einrichtungsbranche, bietet die Koelnmesse ganzjährig direkten Zugang zu relevanten Produkten, Kontakten, Kompetenzen und Events.

Weitere Infos: www.koelnmesse.de/aktuelle-termine/alle-messen/#2

Weitere Infos zu ambista: www.ambista.com

Die nächsten Veranstaltungen:

FSB - Internationale Fachmesse für Freiraum, Sport- und Bewegungseinrichtungen,
Köln 26.10. - 29.10.2021

aquanale - Internationale Fachmesse für Sauna.Pool.Ambiente., Köln 26.10. -
29.10.2021

imm cologne - THE INTERIOR BUSINESS EVENT, Köln 17.01. - 23.01.2022

Anmerkung für die Redaktion:

Fotomaterial der Kind + Jugend finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet
unter

www.kindundjugend.de/Bilddatenbank im Bereich „News“.

Presseinformationen finden Sie unter www.kindundjugend.de/Presseinformation

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

Kind + Jugend bei Facebook:

<https://www.facebook.com/kind+jugend>

Kind + Jugend blog:

<http://news.kindundjugend.com>

Kind + Jugend auf Twitter:

<https://twitter.com/kindundjugend>

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Christine Hackmann

Kommunikationsmanagerin

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Deutschland

Telefon: +49 221 821-2288

Telefax: +49 221 821-3544

E-Mail: c.hackmann@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de

Nr. 4 / August 2021, Köln
#kindundjugend #restarteditionkindundjugend

RE-START EDITION Kind + Jugend 2021: Einfache Registrierung und Online-Tickets



Digitale, datumsbezogene Tagestickets und CH3CK-Prinzip

Mit einem umfassenden Maßnahmenpaket sorgt die Koelnmesse dafür, dass der Besuch der RE-START EDITION der Kind + Jugend vom 9. bis 11. September 2021 für alle Teilnehmenden zu einem sicheren und erfolgreichen Messeerlebnis wird. So können ab sofort digitale, datumsbezogene Tagestickets in Form eines QR-Codes über den Ticket-Shop auf der Kind + Jugend-Website erworben werden. In Verbindung mit einem anerkannten digitalen Beleg über eine vollständige Impfung, Testung oder Genesung ist so für alle eine sichere Messeteilnahme gewährleistet. Für alle Teilnehmenden gilt: Es gibt keinen Vor-Ort-Verkauf von Eintrittskarten.

Voraussetzung für jedes Ticket ist die frühzeitige, persönliche Online-Registrierung. Sie ermöglicht die Rückverfolgbarkeit im Falle einer Corona-Infektion. Dadurch sind auch Ticket-Counter auf dem Messegelände nicht notwendig und Wartezeiten an den Eingängen werden ausgeschlossen. Der gesamte Prozess ist auf der Website der anschaulich und übersichtlich dargestellt.

Ausschließlich datumsbezogene Tages-Tickets

Der Ticketshop zur RE-START EDITION der Kind + Jugend 2021 ist ab sofort geöffnet. Hier können sich alle Teilnehmergruppen - Aussteller:innen, Besucher:innen, Medien oder auch Servicepersonal - für den Erwerb ihres datumsbezogenen, digitalen Tagestickets registrieren. Nach der Einlösung eines Codes oder dem Ticketkauf im Ticket-Shop liegt das Ticket digital auf dem Smartphone bereit. Anschließend wird das Ticket in der Kind+Jugend-App freigeschaltet, die ab dem 23.08.2021 zum Download in den App-Stores Play Store (Android) oder App-Store (Apple) zur Verfügung steht. Der Login in der App erfolgt mit den gleichen Zugangsdaten, die auch zur Registrierung im Ticket-Shop angegeben wurden. Selbstverständlich erhalten alle Registrierten eine rechtzeitige Erinnerung und werden zudem umfassend über den Registrierungsprozess informiert. Neben der Freischaltung des Tickets erfolgt auch die Bereitstellung des Fahrausweises für den öffentlichen Nahverkehr spätestens 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn direkt in der Kind+Jugend-App.

CH3CK-Prinzip für sicheren Zutritt

Sicherheit ist Trumpf: Zutrittsberechtigt zur RE-START EDITION der Kind + Jugend 2021 sind vollständig geimpfte, mindestens 28 Tage und maximal sechs Monate genesene sowie aktuell negativ getestete Personen (bei Antigen-Tests wie bei PCR-Tests maximal 48 Stunden). Dieses CH3CK-Prinzip gilt für alle Messeteilnehmenden, also auch alle Dienstleister, die Medien sowie Aussteller:innen und Besucher:innen.

Kind + Jugend
09.09. - 11.09.2021
www.kindundjugend.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:
Christine Hackmann

Telefon
+49 221 821-2288

Telefax
+49 221 821-3544

E-Mail
c.hackmann@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)
Oliver Frese
Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrats:
Oberbürgermeisterin Henriette
Reker

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

Für den digitalen Impfnachweis wird das digitale COVID-Zertifikat „EU DCC“ (European Union Digital Covid Certificate) der EU-Mitgliedstaaten genutzt. Es enthält einen QR-Code, der in verschiedenen Apps auf dem Smartphone gespeichert werden kann - in Deutschland beispielsweise in der CovPass-App oder der Corona-Warn-App.

Messteilnehmer:innen, die keinen direkten Zugang zu einem digitalen COVID Zertifikat nach dem EU DCC Standard haben, können sich bei allen teilnehmenden Testzentren, die den EU DCC QR-Code ausstellen, sowohl im europäischen Ausland als auch in Deutschland und somit auch in Köln vor dem Besuch des Messegeländes testen lassen.

Alle Informationen zum digitalen Ticketing und zu CH3CK sind auf der Website der Kind + Jugend zu finden.

<https://www.kindundjugend.de>

Koelnmesse - Global Competence in Furniture, Interiors and Design: Die Koelnmesse ist der internationale Top-Messeveranstalter für die Themen Einrichten, Wohnen und Leben. Am Messeplatz Köln zählen die Leitmesse imm cologne sowie die Messeformate LivingKitchen, ORGATEC, spoga+gafa, interzum und Kind + Jugend zu etablierten Branchentreffpunkten von Weltrang. Diese Messen bilden umfassend die Segmente Polster- und Kastenmöbel, Küchen, Büromöbel, Outdoor-Living sowie die Innovationen der Möbelzulieferindustrie ab. Das Portfolio hat die Koelnmesse in den vergangenen Jahren gezielt um internationale Messen in den wichtigsten Boom-Märkten der Welt ergänzt. Dazu zählen die idd Shanghai, die interzum bogotá in Bogotá, die interzum guangzhou in Guangzhou, die Kind + Jugend ASEAN in Bangkok, die ORGATEC TOKYO in Tokio und die Pueri Expo in São Paulo. Mit ambista, dem Internetportal des Netzwerks der Einrichtungsbranche, bietet die Koelnmesse ganzjährig direkten Zugang zu relevanten Produkten, Kontakten, Kompetenzen und Events.

Weitere Infos: www.koelnmesse.de/aktuelle-termine/alle-messen/#2

Weitere Infos zu ambista: www.ambista.com

Die nächsten Veranstaltungen:

FSB - Internationale Fachmesse für Freiraum, Sport- und Bewegungseinrichtungen, Köln 26.10. - 29.10.2021

aquanale - Internationale Fachmesse für Sauna.Pool.Ambiente., Köln 26.10. - 29.10.2021

imm cologne - THE INTERIOR BUSINESS EVENT, Köln 17.01. - 23.01.2022

Anmerkung für die Redaktion:

Fotomaterial der Kind + Jugend finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter

www.kindundjugend.de/Bilddatenbank im Bereich „News“.

Presseinformationen finden Sie unter www.kindundjugend.de/Presseinformation

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

Seite

3/3

Kind + Jugend bei Facebook:

<https://www.facebook.com/kind+jugend>

Kind + Jugend blog:

<http://news.kindundjugend.com>

Kind + Jugend auf Twitter:

<https://twitter.com/kindundjugend>

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Christine Hackmann

Kommunikationsmanagerin

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Deutschland

Telefon: +49 221 821-2288

Telefax: +49 221 821-3544

E-Mail: c.hackmann@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de