

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 Kaufkraft 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**



Quelle: Verbraucherpanel Spielwaren Deutschland, npdgroup deutschland GmbH

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