

PRESSEMITTEILUNG

DISCOUNTER GEWINNEN SEIT PANDEMIE ALS EINKAUFSSTÄTTE FÜR BABY- UND KINDEBEKLEIDUNG

Gesamtmarkt für Baby- und Kinderbekleidung stabil – Wachstum von rund 0,8 Prozent 2024 erwartet. Preisauftrieb verlangsamt sich zuletzt wieder. Konsumverhalten durch Sparen geprägt: Discount-Käufe zu Aktionspreisen nehmen zu. Auch zukünftig keine Wachstumssprünge, aber moderater Anstieg des Marktvolumens.

Köln, 26. Juni 2024 — Der Markt rund um Baby- und Kinderbekleidung hat sich im Vergleich zu anderen Handelsbranchen schnell von den Umsatzeinbußen der Coronapandemie erholt. Während andere Branchen auch heute noch nicht wieder das Marktniveau von 2019 erreicht haben, konnte Baby- und Kinderbekleidung diesen Wert schon 2021 überschreiten und liegt 2024 (Prognose) bei 3,2 Milliarden Euro, was einem Plus von 76 Millionen Euro im Vergleich zu 2019 entspricht. Die Gründe: Die gestiegene Geburtenrate von 2021 und die Zuwanderungsquote, welche sich positiv auf den Markt auswirkt. Zu diesen und weiteren Ergebnissen kommt der neue „Branchenbericht Baby- und Kinderbekleidung“ des IFH KÖLN und der BBE Handelsberatung. Aber: Auch in dieser Branche zeigt sich das inflationsbedingte Sparverhalten, wodurch das Marktwachstum moderat ist – und bleibt.

„Kinder kosten! Durch die steigenden Alltagsausgaben verlagern sich die Konsumausgaben mehr in die Bereiche Lebensmittel, Miete oder Strom und weg von Bekleidung. Das gilt auch für die kurzlebige Kinderbekleidung. Kein Wunder, dass immer mehr Eltern beim Discounter Kinderkleidung kaufen“, so Carina Stäbisch, Projektmanagerin am IFH KÖLN.

Sparen: Discountkäufe auch bei Kinderbekleidung

Ähnlich wie auch in anderen Handelsbranchen verliert der stationäre Handel auch bei Baby- und Kinderkleidung. So lag der Onlineanteil 2023 im Gesamtmarkt bei 40,2 Prozent – Tendenz stetig steigend. Immer beliebter werden auch Discounter, welche seit der Pandemie (auch) bei Kinderbekleidung dazugewinnen – waren sie schließlich auch im Lockdown nicht geschlossen – und besetzen 2023 9,1 Prozent Marktanteil. Dieser Spartrend zeigt sich auch beim Zuwachs von anderen Anbietern mit Aktionsware, wie Drogeriemärkte.

Moderates Marktwachstum

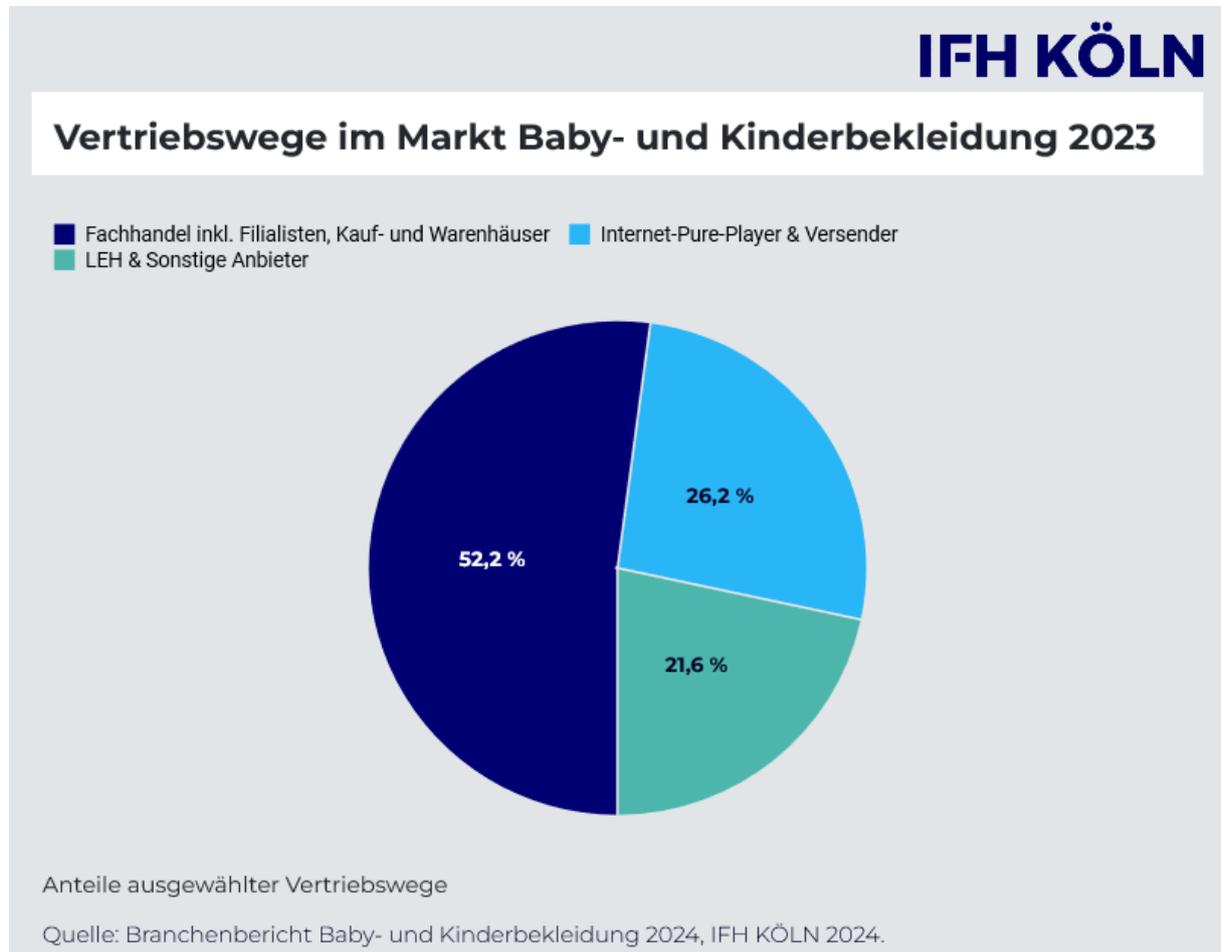
Große Umsatzsprünge wird es im Markt Baby- und Kinderbekleidung nicht zu verzeichnen geben – aber auch keine Verluste. Bis 2028 rechnen die Marktexpert:innen von IFH KÖLN und der BBE Handelsberatung aktuell mit moderaten Wachstumszahlen von rund einem Prozent pro Jahr.

„Das geringe Umsatzwachstum im Markt für Baby- und Kinderbekleidung verdeutlicht den Handlungsdruck für den stationären Handel, seine Strategien anzupassen, um nicht weiter Marktanteile an Discounter und den Online-Handel zu verlieren. Eine größere Produktauswahl, bessere Verfügbarkeit und ein optimiertes Einkaufserlebnis sind dabei besonders wichtig, um

den veränderten Konsumgewohnheiten der Kundinnen und Kunden gerecht zu werden", betont Martin Berghofer, Senior Manager bei der BBE Handelsberatung.

Wörter der Meldung: 391

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.933



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der „Branchenbericht Baby- und Kinderbekleidung“, Jahrgang 2024, des IFH KÖLN in Kooperation mit der BBE Handelsberatung, analysiert die Branche rund um Baby- und Kinderbekleidung und zeigt die Dynamiken der vergangenen Jahre im Gesamtmarkt auf. Die Studie liefert detaillierte Ergebnisse zum Einkaufs- und Konsumverhalten deutscher Verbraucherinnen und Verbraucher.

- Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2015 bis 2023/2024
- 7 Warengruppen* – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Vertriebswegeprofile, Vertriebsstrukturen 2015 bis 2023/2024
- 9 Vertriebsformate** – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Marktprognose 2024 bis 2028
- Prognose der Vertriebswege 2024 bis 2028

* Die 7 Warengruppen sind wie folgt: Oberbekleidung bis Größe 98, Oberbekleidung bis Größe 176, Strickwaren, T-Shirts, Wäsche, Strümpfe, Badebekleidung.

** Die 9 Vertriebsformate sind wie folgt: Bekleidungs-Fachhandel, Filialisten, Sonstiger Fachhandel, Kauf-/ Warenhäuser, Versender, Internet-Pure-Player, SB-Warenhaus/VM, Sonstige.

Die komplette Studie kann über den [Shop](#) des IFH KÖLN erworben werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Über die BBE Handelsberatung

Die BBE Handelsberatung mit Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig, Erfurt und Stuttgart berät seit über 70 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen. Im Verbund der BBE Handelsberatung, IPH Handelsimmobilien und elaboratum New Commerce Consulting reicht das Beratungsportfolio der 170 Branchen-, Standort-, E-Commerce- und Immobilien-Experten von Strategieentwicklung, Markt- und Standortanalysen, Image- und Kundenforschung bis hin zu Projektentwicklung und Centermanagement. Analyse- und Prognosemethoden werden kontinuierlich optimiert, Wissenschaft und Praxis verzahnt, um auf diese Weise kompetent Handlungsempfehlungen geben zu können.

Mehr unter: www.bbe.de