

BBE

Kooperationspartner

IFH KÖLN  
Erfolgreich im Handeln

# BRANCHENBERICHT BABY- UND KINDERBEKLEIDUNG 2024

IFH KÖLN



Dank der gestiegenen Geburtenrate 2021 konnte der Markt für Baby- und Kinderbekleidung bereits 2021 die Umsatzeinbußen der Pandemie wieder ausgleichen. Während viele Märkte noch nicht das Vorkrisenniveau aus 2019 erreichen können, verzeichnet der Markt für Baby- und Kinderbekleidung jedes Jahr ein leichtes **Wachstum** und 2024 ein Marktvolumen von rund **3,2** Milliarden Euro, was einem **Plus von 76** Millionen Euro im Vergleich zu 2019 entspricht.

Jedoch zeigen sich für die Märkte im Bereich Baby/Kind andere **Schwierigkeiten**: Die **Geburtenrate** 2021 erwies sich als einmaliger Anstieg und sinkt seit 2022 erneut. Immer weniger Kinder erblicken in Deutschland das Licht der Welt und die deutsche Bevölkerung wird weiterhin älter. Dies hängt nicht nur mit der steigenden Berufstätigkeit von Frauen, sondern u.a. auch mit erhöhten **Ausgaben im Alltag** durch die **Inflation** sowie wenig vorhandenen **bezahlbaren Wohnraum** zusammen. Familien sind in solchen Zeiten besonders belastet, führen **Sparmaßnahmen** ein, ziehen **Discounteinkäufe** einmal mehr vor und gleichzeitig steigt die Bekanntheit von **ausländischen Marktplätzen**, welche mit sehr günstigen Preisen punkten. Werden diese Marktplätze eine Alternative für Familien in Krisenzeiten sein?

Positiv auswirken wird sich jedoch zukünftig die kurzfristig gestiegene Geburtenrate 2021 sowie die steigende Anzahl von ausländischen Einwanderern mit Kindern, wovon der Markt für Baby- und Kinderbekleidung noch profitieren kann.



**Carina Stäbisch, Hansjürgen Heinick**

# GLIEDERUNG

**1****Entwicklung Baby- und Kinderbekleidung 2015-2023/2024**

S. 5

- Konsumstimmung und Konsumausgaben in Deutschland
- Demografie in Deutschland
- Marktvolumen Baby- und Kinderbekleidung 2015-2023/2024

**2****Warengruppen im Markt für Baby- und Kinderbekleidung**

S. 15

- Entwicklung der Warengruppen 2015-2023/2024

**3****Vertriebsstruktur 2015-2023/2024**

S. 20

- Stationärer Handel
- Online Handel

**4****Einflüsse & Chancen im Markt**

S. 27

- Einfluss asiatischer Marktplätze
- Social-Media-Nutzung
- Secondhand

**5****Prognosen Baby- und Kinderbekleidung**

S. 31

- Prognose Marktvolumen 2024-2028
- Prognose Warengruppen 2024-2028
- Prognose Vertriebsstruktur & Onlinehandel 2024-2028

Der Markt für Baby- und Kinderbekleidung setzt sich aus drei Hauptwarengruppen zusammen: Kinderkonfektion, Strickwaren und Sonstige Kinderbekleidung. Diese wiederum lassen sich wie folgt in sieben Warengruppen unterteilen:

## Kinderkonfektion

- Oberbekleidung bis Größe 98
- Oberbekleidung bis Größe 176



## Strickwaren

- z.B.: Pullover, Strickjacken, Westen, Unterziehpullis



## Sonstige Kinderbekleidung

- T-Shirts
- Wäsche
- Strümpfe
- Badebekleidung



## **Bekleidungs-Fachhandel**

Überwiegend Damen- und Herrenbekleidung, Baby- und Kinderbekleidung bilden hier nur einen kleineren Anteil des Gesamtsortiments ab.

## **Filialisten**

Beinhalten mehrere Geschäfte an unterschiedlichen Standorten, oft in größeren Städten, inkl. Monolabels der Hersteller und D2C-Online. Obwohl der Schwerpunkt oft bei Damen- und Herrenbekleidung liegt, können Filialisten wie z.B. C&A oder H&M mit Baby- und Kinderbekleidung einen beträchtlichen Anteil erzielen.

## **Sonstiger Fachhandel**

Hierzu zählen u.a. Babyhändler/Fachmärkte, die zwar oft für die Babyausstattung, jedoch weniger schwerpunktmäßig für Bekleidung aufgesucht werden. Zusätzlich wird unter Sonstiger Fachhandel der Sportfachhandel integriert.

## **Kauf-/Warenhäuser**

Aufgrund der frequenzstarken Innenstadtlage handelt es sich um eine wichtige Vertriebsform, welche jedoch seit Jahren von der schwierigen Situation bei Galeria Karstadt-Kaufhof geprägt ist. Baby- und Kinderbekleidung ist hier eher als Ergänzungssortiment zu betrachten.

## **Versender**

Distanzhändler, deren Ursprung im Katalogversand liegt, können als Universalanbieter fungieren oder entsprechende Sortimentsschwerpunkte für Babys und Kinder anbieten\*.

\*Im Zuge von Multi-Channel-Strategien entwickeln sich mittlerweile immer mehr Mischformen der angegebenen Formate. Die Differenzierung der Vertriebswege soll daher in erster Linie aufzeigen, welche Herkunft („DNA“) die Anbieterstrukturen im Onlinehandel aufweisen.

## **Internet-Pure-Player**

Distanzhändler, deren Ursprung im Onlinehandel liegt, können als Universalanbieter fungieren oder entsprechende Sortimentsschwerpunkte für Babys und Kinder anbieten, z.B. Babymarkt oder Zalando\*.

## **SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte**

Großflächige Einzelhandelsbetriebe, geprägt von eher niedrigeren Preisen oder Aktionsware in Form der Selbstbedienung. Baby- und Kinderbekleidung ist hier eher als Ergänzungssortiment zu betrachten.

## **Discounter**

Zeichnen sich durch ein Niedrigpreissortiment aus und bieten überwiegend Lebensmittel an. Baby- und Kinderbekleidung werden hier als Aktionsware angeboten.

## **Sonstige Anbieter**

Hierzu zählen Tchibo, Cash & Carry, der Direktvertrieb in Factory-Outlets, Drogeriemärkte.

\* Im Zuge von Multi-Channel-Strategien entwickeln sich mittlerweile immer mehr Mischformen der angegebenen Formate. Die Differenzierung der Vertriebswege soll daher in erster Linie aufzeigen, welche Herkunft („DNA“) die Anbieterstrukturen im Onlinehandel aufweisen.

Die Ermittlung von Inlandsmarktversorgung und Marktvolumen lässt sich anhand des Warenflusses von der Herstellungsstufe bis zum Endverbraucher charakterisieren. Dieser vollzieht sich zwischen der Primärstufe der Inlandsmarktversorgung durch Industrie, Handwerk und Außenhandelssaldo zu Herstellerabgabepreisen und den Verbrauchsausgaben der Privathaushalte zu Endverbraucherpreisen (EVP) inkl. Umsatzsteuer. Die Berechnung der Inlandsmarktversorgung zu Herstellerabgabepreisen basiert auf den amtlichen Quellen Produktions- und Außenhandelsstatistik. Dabei wird der zum Absatz bestimmte Nettoproduktionswert um den Außenhandelssaldo (Importe abzgl. Exporte) bereinigt. Die Daten werden mit Hilfe von branchenspezifischen Angaben plausibilisiert bzw. ergänzt. Multipliziert man die Inlandsmarktversorgung mit der erzielten Kalkulation aller am Warenfluss beteiligten Distributionsstufen und der gültigen Mehrwertsteuer, erhält man das Marktvolumen zu Endverbraucherpreisen.

Die Daten der grundlegenden Strukturen der bundesdeutschen Distributionssituation basieren überwiegend auf amtlichen Quellen (Statistisches Bundesamt). Das Datenmaterial wird durch branchenspezifische Angaben ergänzt (z.B. Betriebsvergleiche) und weiter verfeinert. Die ausgewiesene Distributionsstruktur orientiert sich an den Branchengegebenheiten, die einzelnen Vertriebswege müssen mit einer gewissen Umsatzbedeutung auf dem Markt existent sein.

Der vorliegende Bericht weist in der Retrospektive die Marktentwicklung von 2015 bis in das Jahr 2023 auf; der Prognosezeitraum erstreckt sich bis in das Jahr 2028.

Die ausgewiesenen Marktvolumina der Warengruppen und Vertriebswege verstehen sich als nominale Größe, sprich zu jeweiligen Preisen inkl. MwSt.



## CE/Elektro

- Elektro- UE-Zubehör
- Elektrogroßgeräte
- Elektrokleingeräte
- Bild- und Tonträger
- Consumer Electronics
- Foto



## Freizeit & Hobby

- Bücher
- Fahrräder
- Handarbeiten
- Musikinstrumente
- Spielwaren
- Sport



## FMCG

- Food
- Drogeriewaren
- Haushalts- und Hygienepapiere
- Heimtierbedarf
- Körperpflege/Kosmetik
- Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel



## Fashion & Accessoires

- Berufsbekleidung
- Damenbekleidung
- Herrenbekleidung
- Kinderbekleidung
- Lederwaren & Accessoires
- Pelze, Lederbekleidung
- Schmuck
- Schuhe
- Uhren
- Wäsche



## DIY & Garden & Construction

- Elektro
- Installationsmaterial
- Bauchemie
- Bauelemente
- Baustoffe
- Bodenbeläge nicht-textil
- Eisenwaren Beschläge
- Farben, Lacke, Tapeten
- Fliesen
- Gartenbedarf Hartwaren
- Gartenbedarf Lebendes Grün
- Heizung Klimageräte
- Holz
- Innenausbau Trockenbau
- Sanitär Installation
- Werkzeuge Maschinen



## Konsumgütermärkte IFH KÖLN

## Health & Wellness

- Augenoptik
- Hörgeräte
- Sanitätswaren



## Office

- Büromöbel
- PBS-Artikel



## Wohnen & Einrichten

- Textile Bodenbeläge
- Gardinen/Dekostoffe
- GPK-Hausrat
- Küchen
- Leuchten & Lampen
- Möbel
- Bettwaren



DETAILDATEN ZU MARKT, ONLINE UND  
DISTRIBUTION BIS AUF  
WARENGRUPPENEbene MÖGLICH



Besuchen Sie unseren Shop und profitieren von kompakten Daten, Tabellen und Grafiken zu Warengruppen und Konsumgütermärkten!

**Vesta Grell**  
+49 (0) 221 943607-68  
[v.grell@ifhkoeln.de](mailto:v.grell@ifhkoeln.de)



## KATEGORIE: MARKT- UND DISTRIBUTIONSDATEN



Markt- und  
Distributionsdaten  
Büromöbel

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Textilie  
Bodenbeläge

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Gardinen  
& Dekos

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten



Markt- und  
Distributionsdaten



Markt- und  
Distributionsdaten  
Kinderbekleidung

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Herrenbekleidung

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Damenbekleidung

490.00 €

**JETZT SHOP BESUCHEN:  
HIER KLICKEN!**



Markt- und  
Distributionsdaten  
Schmuck

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Uhren

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Bettwaren

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Food

ab 250,00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Drogeriewaren

ab 250,00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Garten-|  
Balkonmöbel

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Innenausbau|Trockenbau

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Werkzeuge|Maschinen

490,00 €

## Handelsanalyse

Die Informationsplattform für  
Konsumgütermärkte und Handel

[www.handelsanalyse.de](http://www.handelsanalyse.de)  
informiert sie umfassend über

### 8 Geschäftsfelder

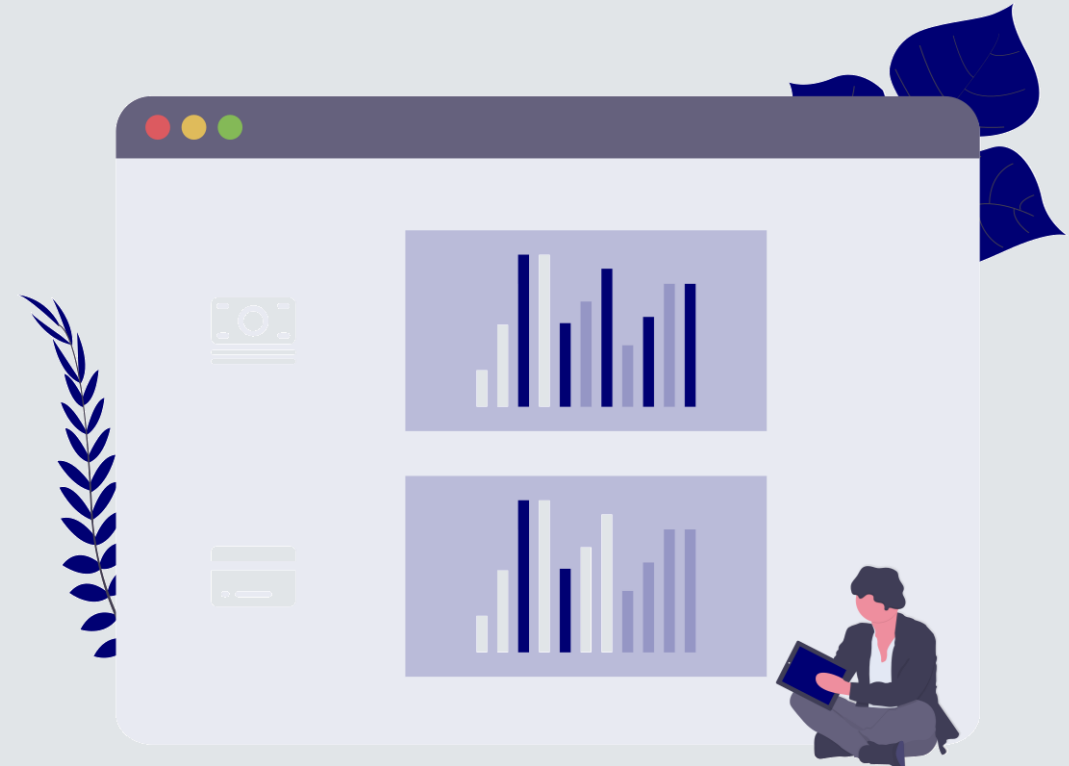
(z.B. Home & Interior, Fashion, FMCG, Office  
Equipment, CE & Elektro usw.)

### 50 Konsumgütermärkte

(Herrenbekleidung, Bauelemente, Büromöbel,  
Sport, Heimtextilien usw.)

### 500 Warengruppen

(von A wie alkoholfreie Getränke  
bis zu Z wie Zement)



Besuchen Sie unseren Shop, um sich über unsere aktuellen Publikationen zu informieren:

**Vesta Grell**  
+49 (0) 221 943607-68  
[v.grell@ifhkoeln.de](mailto:v.grell@ifhkoeln.de)



<https://www.ifhkoeln.de/shop/>

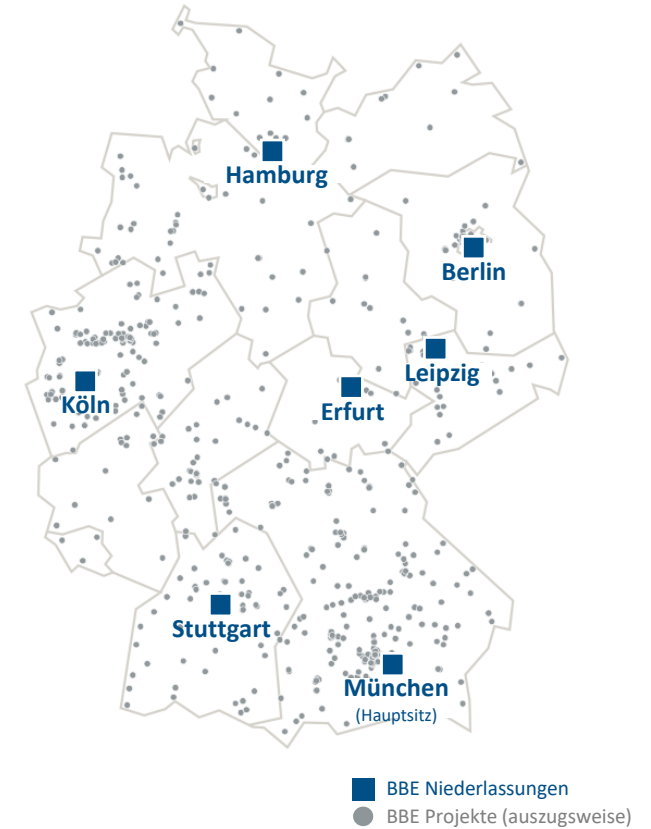
## Über die Studie:

IFH Köln und BBE Handelsberatung haben gemeinsam einen Blick in die kurzfristige Zukunft 2022 und 2023 gewagt. Anhand der Datenbasis des Brancheninformationssystems des IFH Köln, das mehr als 50 Konsumgütermärkte in diesem Fall zu neun Branchen subsummiert, wird auf der Grundlage der retrospektiven Markt- und Preisentwicklung, der Warengruppen- und Distributionsentwicklung ein Korridor der zukünftigen Branchenentwicklung 2022 & 2023 aufgespannt. Einbezogen werden wesentliche volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen, Branchenspezifika und ein aktueller Blick auf das Konsumentenverhalten.

Die Studie „Konsumgütermärkte“ umfasst 90 Seiten mit kommentierten Abbildungen. Sie ist zum Preis von 850,- € zzgl. MwSt. in unserem Shop erhältlich.

## UNSERE VISION: DIE ERSTE ADRESSE FÜR BERATUNG IM HANDEL

- **Unser Anspruch** Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft unserer Kunden
- **Unsere Werte** Gelebte Kundennähe, Teamgeist, Qualitätsorientierung, unternehmerische Freiheit, Innovationskraft
- **Kernzielgruppe** Stationäre Einzelhändler, Verbundgruppen und Handelskonzerne, Konsumgüterunternehmen, öffentliche Hand
- **MitarbeiterInnen** > 50
- **Standorte** München, Hamburg, Berlin, Köln, Stuttgart, Leipzig und Erfurt
- **Gründungsjahr** 1952
- **Geschäftsführung** Dr. Johannes Berentzen
- **Erfahren Sie mehr:** [www.bbe.de](http://www.bbe.de)



ÜBER 170 RETAIL-EXPERT\*INNEN BIETEN UMFASSENDE BERATUNGSLEISTUNGEN FÜR DEN EINZELHANDEL

**BBE** **Handel**

**Managementberatung**

- Unternehmensstrategie
- Organisation, Führung
- Marketing, Vertrieb, Positionierung
- Controlling
- Erfahrungsaustausch, Coaching
- Vorträge, Studien und Seminare

**Standortberatung**

- Expansionsstrategien
- Auswirkungsanalysen
- Filialnetzoptimierung

**Immobilienberatung**

- Ankaufsprüfungen, Due Diligence
- Portfolioanalyse

**Kommunalberatung**

- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte
- Innenstadt- und Quartiersentwicklung



**Cross-Channel**

- E-Commerce Strategieberatung
- Cross-Channel-Prozesse
- Konzeption und Umsetzungsbegleitung
- Performance Optimierung
- Technologie-Audit und -Beratung



**Immobilie** **IPH**

**Beratung**

- Ankaufs- und Strategieberatung
- Positionierung
- Projektentwicklung und -umsetzung
- Portfoliostrategie

**Vermietung**

- Revitalisierung und Nutzungskonzepte
- Vermietung aller Retail-Assetklassen

**Transaktion**

- Verkaufsberatung
- Transaktionsmanagement

**Center Management – Joint Venture mit**



- Center Management
- Center Marketing
- Techn./kaufm. Objektmanagement
- Buchhaltung und Reporting

## HERAUSGEBER:

IFH KÖLN GmbH

Dürener Str. 401 b | 50858 Köln

T +49 (0)221 9 43 60 7 - 68

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de) | [www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de)

## COPYRIGHT

Die Vervielfältigung, der Verleih/Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung der IFH Köln GmbH. Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

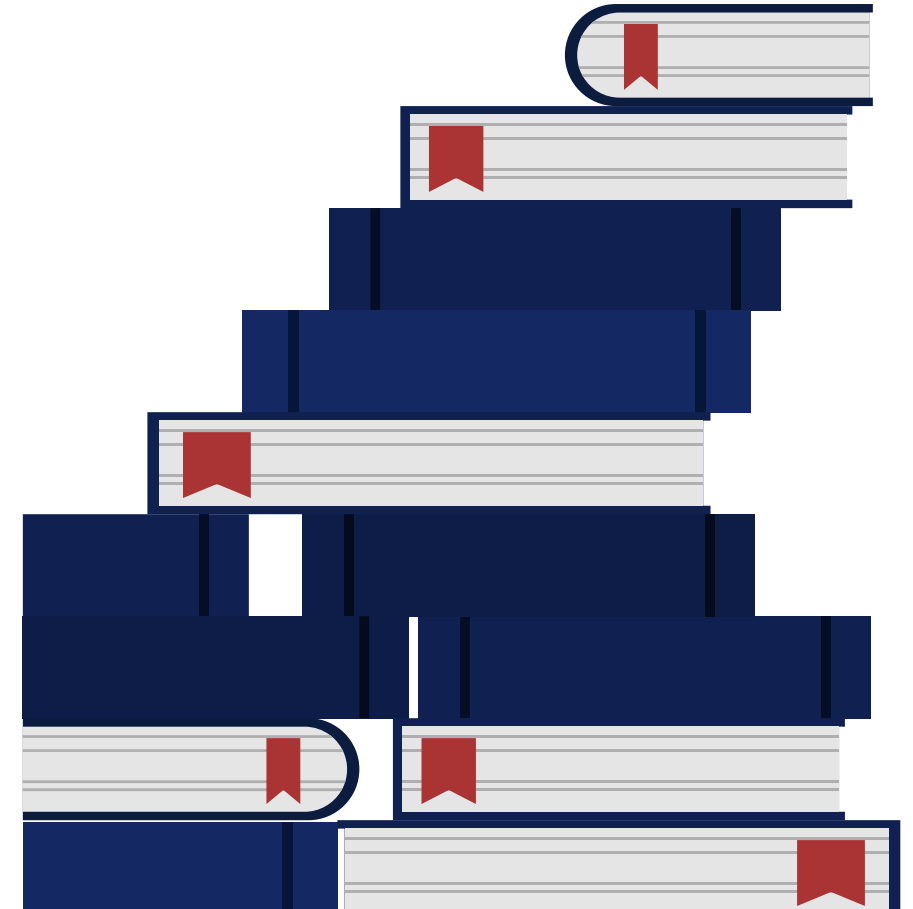
**Bildquellen:** freepik.com, undraw.co

## GESCHÄFTSFÜHRUNG:

Dr. Kai Hudetz, Boris Hedde

Registergericht Amtsgericht Köln; Registernummer HRB 70229

Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt Verantwortlicher im Sinne des Presserechts und des Rundfunkstaatsvertrages: Herr Dr. Kai Hudetz | Dürener Str. 401 b | 50858 Köln



# HABEN SIE FRAGEN? WIR FREUEN UNS ÜBER IHRE KONTAKTAUFNAHME!



**Hansjürgen Heinick**

Senior Consultant

[h.heinick@ifhkoeln.de](mailto:h.heinick@ifhkoeln.de)



**Carina Stäbisch**

Projektmanagerin

[c.staebisch@ifhkoeln.de](mailto:c.staebisch@ifhkoeln.de)


**IFH KÖLN**  
Erfolgreich im Handeln

**IFH Köln GmbH**

Dürener Str. 401 b  
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

**[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)**

 @ifhkoeln

 /company/ifh-koeln-gmbh