



Bundesverband

Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e.V.

Pressekonferenz Kind + Jugend 2018

6. September 2018, Köln

Information des **BDKH** durch Vorstandsmitglied Michael Neumann
Managing Director Northern Europe Dorel Juvenile

Erfreulich: Geburtenanstieg und gut ausgebildete Mütter

Was niemand mehr erwartet hatte – seit 2012 steigt die Geburtenrate und übertrifft mittlerweile sogar die positiven Voraussagen der Statistiker. 2017 kamen in Deutschland rund 785.000 Babys auf die Welt. Vom Geburtentief mit durchschnittlich 1,24 Kindern pro Frau seit den Siebzigerjahren hat sich der Wert zuletzt auf 1,59 Kinder erholt. Zudem steigt der Anteil der älteren Mütter. Jedes vierte Neugeborene wird gegenwärtig von einer Frau geboren, die 35 Jahre und älter ist. Die Gründe dafür: längere Ausbildungszeiten, berufliche Fokussierung und Fortschritte in der Reproduktionsmedizin. Die höher gebildeten, finanzstarken Frauen sind eine interessante Zielgruppe für Industrie und Handel. Sie sind gut informiert und setzen bei der Kinderausstattung auf hochwertige Produkte.

Positiv: Die Branche profitiert von idealen Bedingungen

Eine hohe Beschäftigungsrate befeuert weiterhin die gute Konsumlaune. Zum achten Mal in Folge hat sich der inländische Gesamtumsatz positiv entwickelt und stieg 2017 um 4,2 % auf rund 595 Mrd. Euro. Laut aktuellem IFH-Branchenfokus bleibt der Baby- und Kinderausstattungsmarkt längerfristig eine Wachstumsbranche. Der Umsatz in diesem Segment kletterte 2017 zuletzt auf 7,33 Milliarden Euro – ein Zuwachs von 2,1 % gegenüber dem Vorjahr. Etwa ein Drittel entfallen auf das Sortiment Hardware, zwei Drittel auf Bekleidung und Schuhe.

Kanalübergreifend: Wie Eltern heute einkaufen

Junge Eltern nutzen alle Einkaufskanäle, je nach Situation und Bedürfnislage. Trotz der jederzeit zugänglichen gewaltigen Produktauswahl beim Online-Shopping bleiben attraktive und ausgefallene Shop-Konzepte in den Innenstädten beliebt. Der Fachhandel punktet als Dienstleister, vor allem bei beratungsintensiven Kinderprodukten wie Autokindersitzen und Kinderwagen. Laut GfK wird 2018 im stationären Handel für Deutschland segmentübergreifend ein leichtes Umsatzplus von 1 % erwartet. Wachstumstreiber bleibt jedoch das Online-Shopping, dessen Anteil im Einzelhandel im Vorjahr rund 9 % erreichte. Aber auch die Verknüpfung von Online-Bestellmöglichkeiten und stationärem Fachhandel ist extrem wichtig. Dabei geht es nicht immer nur um den Preis, so BDKH-Vorstandsmitglied Dr. Robert Gietl vom deutschen Generalimporteur Peg für Peg-Pérego: „Die Kunden wollen vor allem Lösungen im Internet finden, denn die Zeit ist knapp geworden. Oftmals wird keine Preisrecherche mehr gemacht, sondern bei einem gewohnten, verlässlichen Shop gekauft.“



Bundesverband

Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e.V.

Anspruchsvoll: Was Eltern heute von Produkten erwarten

Michael Neumann, BDKH-Vorstandsmitglied und Managing Director Northern Europe Dorel Juvenile, erklärt: „Überzeugende Produktinnovationen die dem Konsumenten einen wirklichen Mehrwert bieten, sind in unserer Branche nach wie vor der Schlüssel zum Erfolg. Die Messlatte für diesen Mehrwert liegt von Jahr zu Jahr höher. Die Menschen, die unsere Produkte und Services nutzen, werden immer anspruchsvoller: Diese müssen das Leben einfacher, nicht komplizierter machen; immer dann verfügbar sein, wenn sie gebraucht werden und optimal zum Verbraucher passen.“ Kinderprodukte sind idealerweise multifunktional, mitwachsend und unterstützen die Mobilität. Flexible Lösungen kommen gut an. „Buggys sollen immer kompakter und leichter werden, da Eltern viel unterwegs sind“, sagt auch Dr. Robert Gietl. „Kinderwagen sollen sicher, aber auch stylisch und gleichzeitig praktisch sein. Lederimitat-Schieber und Frontbügel sind gerne gesehen. Außerdem wollen Endkunden ihren Wagen selbst konfigurieren und online zusammenstellen können.“ Kinderprodukte sollen selbstverständlich schadstofffrei und gern auch nachhaltig hergestellt werden. Besonders hohe Ansprüche an die Sicherheit und intuitive Bedienung stellen Eltern an Autokindersitze. Hier dient als Orientierung in der Vielfalt der Angebote oft der Test unabhängiger Verbraucherorganisationen. Ästhetisches Design wird besonders von Einrichtungsgegenständen erwartet. Spielzeug soll vorzugsweise pädagogisch wertvoll sein. Immer häufiger sind Kinderprodukte auch digital, „smart“ und App-gesteuert.

Brandneu: Drei Produktentwicklungen 2018

1) Advansafix IV R von Britax Römer: Ein Autokindersitz „Made in Germany“ der Gruppe 1/2/3, der Kinder von neun Monaten bis zu einem Alter von zwölf Jahren begleitet und dank hochentwickelter Technologie immer gleich sicher bleibt. Das „Mitwachsen“ bei sich verändernden Kopf-Körper-Verhältnissen und Körpermassen des Kindes sowie der Wechsel vom rückwärts- zum vorwärtsgerichteten Fahren stellen höchste Ansprüche an die Produktentwicklung. Beim Advansafix wird dabei vom 5-Punkt-Gurtsystem zu einem 3-Punkt-Gurtsystem gewechselt. Nicht gebrauchtes Zubehör wird direkt im Sitz verstaut, damit es für den nächsten Umbau gleich bei der Hand ist. Alessandro Zanini, BDKH-Vorstandsvorsitzender und Sales Director Central Europe & Italy von Britax Römer, stellt fest: „Gruppenübergreifende Sitze werden stärker nachgefragt, weil sie eine längere Nutzung ermöglichen. Sie sind längst keine Kompromisslösung mehr, sondern bieten erhebliche Vorteile. Der flexible Einsatz und die einfache Handhabung spielen neben Sicherheit und Design eine immer größere Rolle in der Kaufentscheidung der Konsumenten.“

2) Ein ganz neues Produkt seiner Art stellt Maxi-Cosi Jade von Dorel Juvenile dar, der in der Kategorie World of Travelling Kids gerade für den diesjährigen Innovation Award nominiert wurde. Der Hersteller wird diesen weltweit ersten nach ECE-Regelung R129 zugelassenen Kinderwagenaufsatz für Neugeborene zur Verwendung im Auto auf der kommenden Kind + Jugend vorstellen. Die Babywanne verbindet die Sicherheit eines Kinderautositzes mit dem Schlafkomfort eines Kinderwagenaufsatzes. Die Liegeposition ermöglicht es den Kleinsten sicher und entspannt zu reisen – ohne auch nur einmal aufzuwachen.



Bundesverband

Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e.V.

Vom Kinderwagen-Aufsatz wechselt die Babywanne dabei im Handumdrehen zum sicheren Isofix-System im Auto.

3) Als jüngstes BDKH-Mitglied und Neuaussteller am Gemeinschaftsstand der jungen innovativen Unternehmen stellt sich Solwi aus Offenbach mit seinem Produkt Weekee in Köln vor. Veronica und Frank Wiegand bringen eine mobile Wickelunterlage für das Auto auf den Markt, die jungen Eltern fern von der heimischen Wickelstation das Leben künftig einfacher machen wird. Das zweiteilige Set ist aufblasbar und gleicht die Neigung des Autositzes aus. Frank Wiegand: „Durch die thermosensitive Beschichtung fühlt sich das Wickelkissen an der Haut warm an. Außerdem ist es wasserdicht und sehr hygienisch. Ein echter Problemlöser für mobile Eltern.“

Nie genug: Die Sicherheit von Kinderprodukten

Forschungs- und Entwicklungsabteilungen der großen Kinderausstattungs-Hersteller haben den Anspruch, die Sicherheit ihrer Produkte jedes Jahr weiter zu erhöhen. Die gesetzlichen Vorgaben werden in vielen Bereichen bereits übertroffen, wie etwa bei den Seitenaufprallelementen der Autokindersitze. Im Fokus stehen hier energieabsorbierende Materialien, welche die Wirkkräfte auf das Kind bei einem Unfall möglichst gering halten. Über eine starre Anbindung des Kindersitzes an das Fahrzeug, wie z. B. eine Isofix-Verankerung, werden die Belastung und damit das Verletzungsrisiko weiter reduziert. Richard Frank, Direktor Forschung & Entwicklung Global bei Britax Römer: „Es ist letztendlich so, dass wir die Physik nicht schlagen können. Was wir machen, ist mit der Physik zu spielen: Kräfte umzuleiten und Energien zu absorbieren.“ In den Crash-Anlagen der Hersteller werden pro Modell mehrere hundert dynamische Versuche mit der neuesten Generation von Dummies analysiert. Die Q-Dummies sind noch näher am menschlichen Aufbau und weisen mehr Sensoren auf, allein drei Beschleunigungssensoren im Kopfbereich. Dadurch kann mehr gemessen und bewertet werden. Was bedeutet, dass der Kindersitz mehr können muss, um diesen zusätzlichen Kriterien gerecht zu werden. Zu mehr Sicherheit trägt auch die neue ECE-Regelung R129 bei, nach der i-Size-Autokindersitze in entsprechend nach i-Size zugelassene Fahrzeuge installiert werden und das Risiko der Fehlbedienung dadurch minimiert wird.

Visionär: Internet of Things (IoT)

Die Vernetzung von Kinderprodukten mit elektronischen Systemen schreitet voran. Vor allem im Segment Autokindersitze wird mit Hochdruck an Lösungen geforscht, um die Sicherheit von Kindern im Pkw weiter zu erhöhen. So sollen Kindersitze mit dem Smartphone oder Tablet der Eltern kommunizieren oder über geeignete Schnittstellen mit dem Kommunikationssystem des Fahrzeugs. Intelligente Systeme geben bereits heute Warnsignale ab, wenn der Kindersitz im Pkw nicht richtig installiert ist oder deaktivieren den Airbag, wenn ein Sitz auf dem Beifahrersitz platziert wird. Künftig soll auch auf erhöhte Temperaturen im Auto hingewiesen werden, oder aber darauf, dass sich zerstreute Eltern vom Auto entfernen – und ihren Sprössling darin vergessen. Ein Szenario, über das zuletzt im Juli berichtet wurde, als im nordrhein-westfälischen Rheda-Wiedenbrück Polizisten einen



Bundesverband

Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e.V.

Zweijährigen durch Einschlagen der Scheibe retteten. Aus den USA sind mehrere Fälle bekannt, bei denen zurückgelassene Kleinkinder im Auto an Überhitzung starben. Vorstellbar ist auch ein Warnsignal beim Diebstahl von Kinderwagen oder Autokindersitzen, wenn die Produkte entfernt werden. Oder die Integration eines Sprachmoduls im Kindersitz, das die Kommunikation vom Fahrer zum dahinter sitzenden Kind so unterstützt als säße das Kind neben ihm. Auch sogenannte Pre-Crash-Systeme, so die Experten, werden über kurz oder lang auch bei Autokindersitzen Einzug halten. Sei es, dass der Gurt bei unmittelbarer Unfallgefahr straffer gezogen oder die Neigung des Sitzes verändert wird. Die Mechanismen entwickeln sich weiter, erklärt Rens Joosten, Produktmanager für Maxi-Cosi Autokindersitze. „Vom Erkennen eines unerwünschten Zustands und der Abgabe eines Signals hin zur Aktion bzw. Korrektur. Und schließlich zur Voice Control im Auto, mit der Eltern bei gleichbleibend hoher Aufmerksamkeit für den Straßenverkehr agieren können.

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

Der BDKH vertritt mit seinen Mitgliedsunternehmen mittlerweile die gesamte Bandbreite hochwertiger Kinderprodukte. Jedes fünfte nominierte Produkt der diesjährigen Innovation Awards der Kind + Jugend stammt von einem BDKH-Unternehmen. Der Verband vereint die ganz großen Hersteller und bekannten Markennamen der Branche wie etwa Britax Römer, Brio, Alvi, Lässig, Rotho, Emmaljunga, Tfk, Chicco, Dorel, Maxi-Cosi, Safety 1st, Quinny, Peg-Pérego, Seed, Ergobaby, Emmaljunga oder Joie (neu als Allison). Der BDKH bietet jungen Unternehmen Hilfestellung und Erfahrungsaustausch. Der Verband engagiert sich europaweit in verschiedenen Kommissionen für höhere Sicherheitsstandards. Seine Endverbraucher-Initiative „Kleine Helden leben sicher“ trägt mit Informationskampagnen zu Unfallvermeidung und sicherem Aufwachsen bei.

www.bdkh.eu und www.kleineheldenlebensicher.de

Sie finden den BDHK auf der Kind + Jugend im Boulevard am Stand P-003a, gemeinsam mit dem Dachverband European Nursery Products Confederation (ENPC)

Vortrag zur DSGVO im Trend Forum der Kind + Jugend

Der BDKH wird mit einem Thema aufwarten, das gerade mittelständischen Unternehmen der Kinderausstattungsbranche aktuell noch viel Kopfzerbrechen bereitet: die neue Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). In Zusammenarbeit mit der Kanzlei Oppenhoff & Partner findet am ersten Messetag, Donnerstag, den 20. September 2018, von 16:30 bis 17:00 Uhr in Halle 11.1 E-050/F-059 ein Vortrag zur DSGVO statt, auf dem Händler wie Hersteller nicht nur ihre ganz individuellen Fragen klären, sondern auch mit dem BDKH in Kontakt treten können.

Text- und Bildmaterial im Download unter: <https://bit.ly/2BQgAP5>

Lioba Hebauer – PR & Presse BDHK – info@bdkh.eu – Tel +49 (0)991 99 44 67 28