

BRANCHENFOKUS

Kinderbekleidung – BABYS, MINIS, KIDS

JAHRGANG 2015



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH
Dürener Str. 401b / D-50858 Köln
Telefon +49(0)221 943607-68
Telefax +49(0)221 943607-64
info@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

KONTAKT

Hansjürgen Heinick
Telefon +49(0)221 943607-37
h.heinick@ifhkoeln.de

COPYRIGHT

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

Titelfoto: Fotolia.com

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis	IV
Übersichtsverzeichnis	V
Editorial/Methodik	1
Kapitel I Kinderbekleidung – Marktvolumen 2008 bis 2014	5
A Die Gesamtmarktentwicklung	5
B Die Warengruppen	7
1 Umsatz und Entwicklung	7
■ Oberbekleidung bis Größe 98	
■ Oberbekleidung bis Größe 152	
■ Strickwaren (Pullover, Strickjacken, Westen, Unterziehpullis)	
■ T-Shirts	
■ Wäsche	
■ Strümpfe	
■ Badebekleidung	
■ Sportbekleidung	
■ Bekleidungs-Accessoires (Handschuhe, Schals, Mützen/Kappen)	
2 Preisentwicklung Kinderbekleidung	12
3 Top Hersteller Kinderbekleidung	13
Kapitel II Kinderbekleidung im Handel 2008 bis 2014	17
A Die Vertriebsstrukturen – Entwicklung Umsatz und Marktanteile	17
B Vertriebswegeprofile	21
1 Vertikale Händlermarken des Bekleidungsmarktes (H&M, Zara, C&A, KiK ...) und Monolabelstores der Hersteller (Esprit, s.Oliver, Tom Tailor, ...)	21

	2	Markenführende Filialisten + Platzhirsche des Bekleidungsfachhandels (P&C, Breuninger, Wöhrl, ...)	22
	3	Fachhandel für (Baby-/Kinder-) Bekleidung	23
	4	Baby-/Spielwaren-/Sport-Fachhandel/Fachmärkte	25
	5	Kauf- und Warenhäuser	26
	6	Versender + Internet-Pure-Player	26
	7	Lebensmitteleinzelhandel	27
	8	Sonstige Anbieter	27
	C	Online-Handel mit Kinderbekleidung 2008 bis 2014	28
Kapitel III		Kinderbekleidung nach Altersgruppen und Einkommen der Familien	31
	A	Erstlingsausstattung – „Was kostet ein Baby?“	31
	B	Marktvolumenverteilung: Babys (0-2 Jahre), Minis (3-5 Jahre), Kids (6-12 Jahre)	33
	C	Vertriebswegeanteile nach Altersgruppen	36
	D	Einkommensverteilung in Familien	37
	E	Verbraucheraspekte – Kaufverhalten nach Altersgruppen	38
	1	Mode, Marke, Preis – Bedeutung der Kriterien nach Alter des Kindes	38
	2	Selbständige Ausgaben der Kids für Bekleidung	42
	3	Kaufhäufigkeit und Einkaufsstätten-Präferenzen nach Alter des Kindes	44
Kapitel IV		Prognose (Korridor) 2020 – Warengruppen und Vertriebswege	48
	A	Gesamtwirtschaftliche Situation	48
	B	Kinderzahl und Marktvolumen	53
	C	Marktvolumen und Warengruppen 2020	57
	D	Vertriebswege Kinderbekleidung 2020	61

Übersichtenverzeichnis

	Seite
Übersicht 1: Das Marktvolumen für Kinderbekleidung 2008 bis 2014 in Mio. Euro	5
Übersicht 2: Kinderbekleidung – Anteile der Teilsegmente 2014 gegenüber 2008 in %	8
Übersicht 3: Kinderbekleidung – Marktvolumen 2008-2013 – Übersicht alle Warengruppen in Mio. Euro	9
Übersicht 4: Preisentwicklung bei Kinderbekleidung 2010-2014 – Index 2010=100	12
Übersicht 5: Auswahl Hersteller von Kinderbekleidung	13
Übersicht 6: Vertriebswege Kinderbekleidung 2008-2014 – Marktanteile in %	18
Übersicht 7: Umsatz der einzelnen Vertriebswege mit Kinderbekleidung 2008-2014 in Mio. Euro	20
Übersicht 8: Online-Handel mit Kinderbekleidung 2008-2014 in Mio. Euro	28
Übersicht 9: Anteil des Online-Umsatzes am Markt für Kinderbekleidung 2008-2014 in %	29
Übersicht 10: Anteile der Online-Vertriebswege am Markt für Kinderbe- kleidung 2008-2014 in % (Katalogversender Online, Internet- Pure-Player, Stationäre Händler Online, Hersteller Online)	29
Übersicht 11: Top 10 Player Online-Handel Fashion & Accessoires	30
Übersicht 12: Erstausrüstung – Produktliste und Durchschnittspreise	32
Übersicht 13: Marktvolumenverteilung Kinderbekleidung 2014 nach Segmenten und Altersgruppen – 0-2 Jahre, 3-5 Jahre, 6-12 Jahre – in Mio. Euro	33
Übersicht 14: Anteile der Altersgruppen Babys, Minis, Kids bis 12-Jähriger am Marktvolumen Kinderbekleidung 2014 in %	34
Übersicht 15: Kinderbekleidung nach Altersgruppen – Ausgaben je Kind in Euro 2014	35
Übersicht 16: Vertriebswege Kinderbekleidung nach Altersgruppen – Babys+Minis (0-5 Jahre), Kids (6-12 Jahre) im Vergleich zu Kinderbekleidung gesamt (0-12 Jahre) – Marktanteile 2014 in %	36

Übersicht 17: Einkommensverteilung in Haushalten insgesamt, mit Kindern unter 14 Jahren, mit Kindern 0-5 Jahre, mit Kindern 6-14 Jahre – Anteile in %	37
Übersicht 18: Design, Marke, Preis – Bedeutung der Mode-Kaufkriterien (Erwachsene)	38
Übersicht 19: Design, Marke, Preis – Bedeutung der Mode-Kaufkriterien (Erwachsene) im Zusammenhang mit dem Alter der Kinder – Differenzierung nach Altersgruppen	39
Übersicht 20: Markenbewusstsein bei 6-13-Jährigen 2006 und 2012	40
Übersicht 21: Von 6-12-Jährigen bei ihren Wünschen durchgesetzter Umsatz (Kinderbekleidung) – Angaben in Mio. Euro im Vergleich zum Marktvolumen insgesamt	41
Übersicht 22: Was dürfen 6-13-Jährige selbständig unternehmen? – Zeitvergleich 2006 und 2012	42
Übersicht 23: Von 6-12-Jährigen selbst initiiertes Umsatz mit Kinderbekleidung – Angaben in Mio. Euro im Vergleich zum Marktvolumen insgesamt	43
Übersicht 24: Kaufhäufigkeit bei Kinderbekleidung (Erwachsene kaufen für Kinder) nach Altersgruppen	44
Übersicht 25: Einkaufsstätten-Präferenzen bei Mode (Erwachsene) im Zusammenhang mit dem Alter der Kinder – Differenzierung nach Altersgruppen	45
Übersicht 26: Die wichtigsten Händler/Filialisten für den Modeeinkauf	46
Übersicht 27: Händler-Präferenzen bei Mode (Erwachsene) im Zusammenhang mit dem Alter der Kinder – Differenzierung nach Altersgruppen – Auswahl Top 10 Händler	47
Übersicht 28: Private Konsumausgaben, Verbrauchsgüter und Gebrauchsgüter von 2010 bis 2019	51
Übersicht 29: Private Konsumausgaben und ihre Verwendung von 2010 bis 2019	52
Übersicht 30: Entwicklungsvergleich Marktvolumen Kinderbekleidung, Kinder 0-2 Jahre, 0-12 Jahre, 2008-2014	53
Übersicht 31: Anzahl Kinder 2014, 2020 nach Altersgruppen 0-2 Jahre, 3-5 Jahre, 6-8 Jahre, 9-12 Jahre, 0-12 Jahre in Mio. und Veränderung in %	55

Übersicht 32: Entwicklung der Anzahl der 2014-2020 nach Altersgruppen 0-2 Jahre, 3-5 Jahre, 6-8 Jahre, 9-12 Jahre – Index 2014=100	56
Übersicht 33: Marktvolumen Baby- und Kinderausstattung – 2008-2014, Prognosekorridor 2020 – in Mio. Euro	57
Übersicht 34: Marktvolumen Kinderbekleidung 2008-2014-2020 nach Teilsegmenten mit Prognosewerten (Trendlinie), in Mio. Euro	58
Übersicht 35: Entwicklungsvergleich Marktvolumen Baby- und Kinderausstattung, Ausgaben für Baby- und Kinderausstattung je Kind, Kinder bis 12 Jahre, Konsumausgaben der Privathaushalte, 2008-2014 und Trendlinien 2020 (Index)	59
Übersicht 36: Anteile der Vertriebswege am Markt für Baby- und Kinderausstattung 2008/2011/2014/2017 und 2020 (Trendlinie) in %	62
Übersicht 37: Umsatz der einzelnen Vertriebswege mit Kinderbekleidung 2008, 2014 und 2020 (Trendlinie) in Mio. Euro	62
Übersicht 38: Online-Handel mit Kinderbekleidung – Marktvolumen in Mio. Euro und Anteile der Online-Vertriebswege in % – 2008, 2014, 2020	63