

# baby&junior

WWW.BABYUNDJUNIOR.DE

DAS INTERNATIONALE FACHMAGAZIN  
THE INTERNATIONAL TRADE MAGAZINE

2|2025

Themenwelt  
Baby Mobil  
ab Seite 26

Themenwelt  
Schul- und Kitakind  
ab Seite 32



Joie™  
signature

# WIR GEBEN O(H)RIENTIERUNG!



## PODCAST baby&junior

[www.babyundjunior.de](http://www.babyundjunior.de)

Menschen. Märkte. Meisenbach.



# Manches geht, manches bleibt



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

am 22. März jährte sich der erste Corona-Lockdown in Deutschland zum fünften Mal - ein Einschnitt ins Arbeits- und Privatleben, wie wir ihn vorher nicht kannten. Diese Zeit ist mir sehr im Gedächtnis geblieben, denn mein erstes Editorial als Chefredakteurin der baby&junior schrieb ich über genau diesen Lockdown. Die darauffolgende Zeit mit all ihren Einschränkungen und Regeln hat nicht nur die Art und Weise, wie wir arbeiten und leben, radikal verändert, sondern auch, wie wir konsumieren. Fünf Jahre später zeigen NIQ-Daten: Einige Trends haben sich als temporär erwiesen, andere sind fester Bestandteil unseres Alltags geworden. Das Online-Shopping beispielsweise hatte durch die Pandemie einen Sprung gemacht, von dem sich der stationäre Handel nur langsam erholt. Besonders interessant: Für Omnichannel-Händler sind Online-Umsätze in der Relevanz deutlich gestiegen. Vor der Pandemie machten sie damit nur etwa 10 % des Umsatzes, 2021 waren es 19 %, heute sind es stabile 16 %. Aufgrund der eingeschränkten Reise- und Freizeitmöglichkeiten hatten Konsumenten außerdem mehr Geld zur Verfügung - man wollte sich etwas gönnen. Mit dem Ende der Pandemie und dem Anstieg der Inflation änderte sich das Konsumverhalten jedoch merklich: Der „Gönn-dir“-Trend flaute ab, Konsumenten wurden wieder preissensibler und setzten aufgrund gestiegener Preise vermehrt auf Rabattaktionen. „Verbraucher sind vorsichtiger geworden. Der Fokus liegt nun stärker auf Preis-Leistungs-Verhältnis, Bequemlichkeit und Wohlbefinden“, erklärt Petra Süptitz, Expertin für Konsumententrends bei NIQ. „Die großen Gewinner sind jene Unternehmen, die sich schnell an diese veränderten Bedürfnisse anpassen konnten.“

## INSPIRIERENDE THEMENVIELFALT

baby&junior ist hoffentlich immer noch ein positiver und schöner Teil Ihres Alltags und ich lade Sie nun ein, die neue Ausgabe mit vielen spannenden Themen zu entdecken! So stellen wir z. B. die Gewinner des „Top 10 Baby & Kind“-Awards 2025 vor und in unserer Titelstory die vier

Fashions der neuen „Joie Signature“-Kollektion. Weitere Inspiration für Ihr Sortiment liefern unsere drei Themenwelten, darüber hinaus blicken wir auf die Toy Fair New York zurück, die wir Anfang März besucht haben. Damit der stationäre Handel weiterhin die Unterstützung und Reichweite erhält, die er verdient, präsentieren wir natürlich wieder einen Lieblingsladen - und glücklicherweise wurde auch für Obrist's Baby-Rose ein neuer Eigentümer gefunden.

Viel Freude beim Lesen und frohe Ostern wünscht Ihnen

*Katja Keienburg*

Katja Keienburg  
katja.keienburg@babyundjunior.de



Vertrieb über [www.elementsforkids.de](http://www.elementsforkids.de)



## 3 EDITORIAL

## INTRO

- 6 mvgverlag: „Muttertät - Wenn sich plötzlich alles anders anfühlt“
- 6 Dear April: Charmantes Design-Trio
- 6 Akinod: Hier kommt die Maus
- 7 Liebling des Monats: TernX - Entspannte Familienreisen

## SHOWROOM

- 8 ScandicToys: Nostalgische Kinderautos
- 8 reer: Essen wie die Großen
- 8 Simba Toys: Bunte Begleiter mit positiver Botschaft
- 9 Elodie: Häschen und Märchenwald
- 9 Heinrich Bauer: Fantasievolle Strümpfe
- 9 Philips: Mehr Flexibilität

## BUSINESS TALK

- 10 Gastbeitrag von Jacob von Ingelheim, Unzer: Wie Künstliche Intelligenz den Online-Betrug bekämpft
- 12 „TOP10 Baby&Kind“ 2025
- 14 Kindsgut Trendreport 2025: Genderneutralität und Farbtrends
- 15 eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland: Hilfe beim Aufbau eines Online-Shops
- 16 Gastbeitrag von Urszula Kaszubowska: Herausforderungen, vor denen Kinder heute stehen - Keine Gesundheit ohne psychische Gesundheit

## GO GREEN

- 18 Mittelstand-Digital Zentrum Handel: Nachhaltigkeitstest für Geschäfte
- 18 Green Toys: Nachhaltige Spielideen

## UNTERNEHMENSPORTRÄT

- 20 Bruder Spielwaren: Seit 50 Jahren Garant für Spielfreude

## NEWCOMER

- 21 Little Magnets, Haan
- 21 Wollgäng, Hamburg

## DESINGGESCHICHTEN

- 22 Engel: Sabine Schneider-Ferroni und die „Interlock-Kollektion“

12



14



## TITELSTORY

24 Joie Signature: Understatement mit Stil

## INSPIRATION

- 28 Baby Mobil
- 32 Für Schule und Kindergarten
- 36 Bücherecke
- 38 Schönes für den Sommer

## SHOP TALK

- 42 „Emma & Paul“, Hannover:  
Besondere Baby- und Kinderboutique
- 44 Obrist's Baby-Rose: Übernahme durch Baby-Walz
- 45 Zukunft des Einkaufens:  
Zur causa Retail Media: Jetzt mal Tacheles, Leute

## FAIRS &amp; EVENTS

- 46 Toy Fair, New York: Magie des Spielens
- 47 IFCO, Istanbul: Mehr Aussteller für Kindermode
- 48 Kid's Time, Kielce: International gefragt
- 48 Toys & Baby Milano, Mailand:  
Messe motto „Full of Life“

## SERVICE

- 49 People
- 50 Index/Impressum/Coming Soon
- 51 Vernetzt



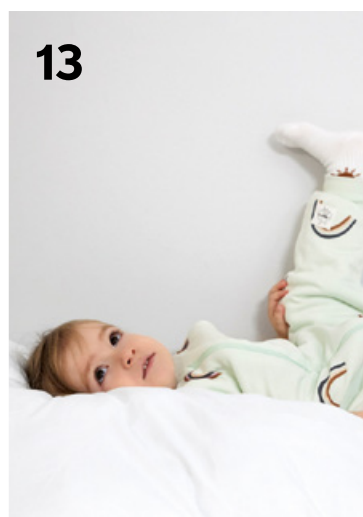
Ruhige Farben, klare Linien, edle Steppungen und ein Design, das sich v. a. durch Zurückhaltung abhebt: Das ist die neue „Joie Signature“-Kollektion. Unter dem Motto „Understatement that matches your (life)style“ setzt sie auf Innovation, exklusive Features und zuverlässige Sicherheit. Wir waren beim Launch-Event am 20. März im Spreespeicher in Berlin dabei und stellen die Neuheiten in unserer Titelstory auf den Seiten 24 und 25 vor.



9



6



13



38