

baby&junior

WWW.BABYUNDJUNIOR.DE

DAS INTERNATIONALE FACHMAGAZIN
THE INTERNATIONAL TRADE MAGAZINE

5 | 2026

Business Talk
ab Seite 10

Baby Mobil
ab Seite 32

britax
römer

Oxford+

THE *Art* of FOLDING

Automatic one-hand, one-second fold



Explore **Oxford+**
in 3D & AR



International vernetzt, national gefordert

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Baby- und Kinderausstattungsbranche steht vor einem Spagat: Die Geburtenzahlen sinken, der Preisdruck wächst, neue Technologien drängen in den Markt. Gleichzeitig bleibt der Wunsch der Eltern nach Qualität, Sicherheit und durchdachten Produkten groß.

Die Kind + Jugend hat gezeigt, wie international die Branche aufgestellt ist: 666 Unternehmen aus 42 Ländern präsentierten sich vom 15. bis 17. September in Köln. 92 % der Aussteller kamen aus dem Ausland, rund 15.000 Fachbesuchende aus 114 Ländern reisten an. In den Gesprächen auf dem Messegelände wurde jedoch ebenso deutlich: Für viele Unternehmen, besonders für kleine und mittelständische Anbieter, bleiben der deutsche und der DACH-Handel das Fundament. Internationale Kontakte eröffnen neue Märkte. Ob sich eine Marke dauerhaft etabliert, entscheidet sich jedoch häufig in der Nähe zum heimischen Handel.

Hersteller und Fachhändler müssen deshalb den Unterschied machen. Wer sich allein über den Preis positioniert, gerät schnell zwischen die großen Onlineplattformen und die aggressive Niedrigpreiskonkurrenz. Beratung, Vertrauen, Sicherheit und ein überzeugendes Sortiment sind dagegen keine nostalgischen Stärken des stationären Handels, sondern handfeste Wettbewerbsvorteile.

EIN MARKT IM WANDEL

Der Markt zeigt, wohin die Reise geht: 2025 kamen in Deutschland nur noch rund 654.300 Kinder zur Welt. Die Ausgaben für Baby- und Kinderausstattung sanken dennoch nur um 2,2 % auf rund 2,36 Mrd. Euro. Je Kind stiegen sie auf durchschnittlich 1.166 Euro. Die Branche schrumpft also nicht einfach, sie verändert sich. Weniger Geburten treffen auf Eltern, die vergleichen, gezielt investieren und für nachvollziehbare Produktvorteile bereit sind, tiefer in die Tasche zu greifen. Die aktuellen Marktdaten haben wir auf babyundjunior.de aufbereitet.



Ein Thema prägte die Messe besonders: Künstliche Intelligenz. Unter dem Leitthema „Growing with AI“ ging es längst nicht mehr nur um smarte Babyprodukte. KI kann Produktentwicklung, Produktion, Sortimentsplanung und Kundenkommunikation verändern. Digitale Einkaufsassistenten stellen etablierte Wege der Produktsuche infrage. Wenn Eltern ihre Bedürfnisse künftig KI-Systemen schildern, die passende Lösungen auswählen, müssen Marken und Händler ihren Mehrwert neu formulieren. Gleichzeitig bleiben Datenschutz, Produktsicherheit und Vertrauen gerade bei

Artikeln für Babys und Kleinkinder unverzichtbar.

Die Zukunft der Branche entscheidet sich nicht an der Zahl der Neuheiten oder der Herkunft der Aussteller. Sie entscheidet sich daran, ob aus guten Ideen erfolgreiche Produkte werden und ob der Handel deren Mehrwert überzeugend vermittelt. Dafür braucht es internationale Impulse ebenso wie einen starken, engagierten Fachhandel. Denn am Ende zählt nicht nur, was die Branche entwickelt, sondern auch, was bei den Familien ankommt.

Ausreichend Information und Inspiration finden Sie, liebe Händlerinnen und Händler, in unserer aktuellen Ausgabe. Sie wird gleichzeitig die letzte dieses Jahr sein. Dafür erscheint am 12. November erstmals unsere Herbstedition von Hey Baby, die Sie natürlich wie gewohnt kostenfrei für Ihre Kunden und Kundinnen auslegen können. Schreiben Sie uns dazu einfach Ihre gewünschte Stückzahl!

Und nun wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen,

Ihre Katja Keienburg
katja.keienburg@babyundjunior.de



8



38



26



46



28



3 EDITORIAL

INTRO

- 6 Bibs: Ikonische Figuren
- 6 Buchtipps: „Eltern Survival Guide“
- 6 Speedy Monkey: Zum Anbeißen
- 7 Liebling des Monats: Puquu - Zeichenstunde im Badezimmer

SHOWROOM

- 8 Sterntaler: Vom Einschlafritual bis zum Ausflug
- 8 Nanit: EU-Zertifizierung für sensorlose Atemüberwachung
- 9 Maxi-Cosi: Flaschenfütterung leicht gemacht
- 9 Oliver Furniture: Ein Bett, zwei Varianten

BUSINESS TALK

- 10 IFH Köln und BVS: Ausgaben pro Kind steigen
- 12 NIM-Studie: Spielzeug bleibt ein relevanter Konsumbereich
- 14 Sebra und Leander bündeln Kräfte
- 14 hauck: Produkterlebnis im Fachhandel
- 15 Consors Finanz Konsumbarometer: Generation 60+ Zielgruppe mit viel Potenzial
- 18 Innovation Award 2026
- 19 Kind + Jugend: Internationale Vielfalt in Köln
- 23 Produkthighlights der BCMI-Mitglieder

NEWCOMER

- 24 molis&co, Barcelona/Spanien
- 24 Noonchi Organics, Jurmala/Lettland
- 25 un-artig, Ahrensburg
- 25 Luxbox Kids, Bäch/Schweiz

UNTERNEHMENS PORTRÄT

- 26 Engel: Fair Fashion aus dem Ländle

DESIGNGESCHICHTEN

- 28 mo:mo: Gruppo Studio, Felix Yarwood und der konnektor



44

42

TITELSTORY

- 30 Britax Römer: All-in-One-Reisesystem für jedes Gelände

INSPIRATION

- 32 Baby Mobil
38 Tierisch gut
42 Kuscheliges
44 Pflege
46 Spielzeug

SHOP TALK

- 48 Wunschkind by Neka, Koblenz: Große Ideen für kleine Lieblingsmenschen
50 Faire-Umfrage: Unabhängige Läden wirken besser
51 LunaLou, Karlstadt: Ein Laden für viele Lieblingsstile

FAIRS & EVENTS

- 52 Kids Austria, Salzburg: Neuheiten und persönliche Begegnungen
53 Spot On Retail, Amsterdam: Neues Messesegment „Baby & Kids“
53 Spielwarenmesse, Nürnberg: Das sind die Toy Trends 2027
54 Kind + Jugend, Köln: Highlights in Bildern

SERVICE

- 58 Index/Impressum/Coming Soon



Der Alltag mit Kind stellt ganz unterschiedliche Anforderungen an Mobilität. Mit dem „Venna“ präsentiert Britax Römer einen vielseitigen Kinderwagen, der Komfort, Wendigkeit und Geländetauglichkeit in einem schlanken Design verbindet. Wir stellen ihn und das komplette Reisesystem in der Titelstory auf den Seiten 30 und 31 vor.



24



36



19



51