

Kinderwagens en babyauto- stoelen weer liever nieuw dan tweedehands

Zo goed als alle ouders willen een kinderwagen en autostoeltje voor hun kind. Er zijn maar heel weinig ouders, die hun baby áltijd dragen. En ook ouders, die zelf geen auto hebben, hebben meestal wel een Groep 0 stoel voor als ze een deelauto hebben of er eens één lenen of huren. We kunnen dus stellen dat de markt voor kinderwagens en autostoeltjes heel groot is.

Liefst een nieuwe kinderwagen

Ouders hebben graag een nieuwe kinderwagen. Tenzij er al één in huis is van een ouder kind, wat geldt voor zo'n 30% van de aan de WIJ Monitor deelnemende ouders. In het laatste onderzoek daalde het percentage 'nieuw gekocht' weliswaar bijna 2%, het percentage 'nieuw gekregen' steeg juist 3%. Dit betekent dat 42,5% een nieuwe kinderwagen heeft voor de baby. Iets minder dan 25% van de ouders kocht of kreeg een tweedehands kinderwagen.

Babyautostoel tweedehands minder populair

Steeds minder ouders kopen, krijgen of lenen een tweedehands Groep 0 stoel. Drie onderzoeken geleden (juli-december 2022) deed ruim 28% dit nog, nu is het percentage gedaald tot 24,5%. Ruim 29% gebruikt het autostoeltje van een ouder kind (dit was bijna 26%), 36% koopt een nieuw (was bijna 34%) en bijna 7% krijgt een nieuwe (was bijna 8%). Waarschijnlijk speelt hierbij mee dat je niet altijd kunt weten of het stoeltje al eens betrokken was bij een aanrijding. VeiligheidNL geeft aan dat daarbij – niet altijd zichtbare - haarscheurtjes in het frame kunnen ontstaan, waardoor het autostoeltje niet meer betrouwbaar is.

Tweedehands kopen via social media loopt terug

Liep twee jaar geleden nog bijna 10% van de tweedehands gekochte kinderwagens via social media, nu is dat nog ruim 7%. Bij de tweedehands Groep 0 stoeltjes is de daling nog sterker: Van bijna 11,5% naar bijna 5,5%. Marktplaats blijft 'the place to be': ruim 70% van de tweedehands gekochte kinderwagens werd daar gevonden, bijna 62,5% van de autostoeltjes. Het percentage 'gekocht van familie, vrienden of anderen' stijgt voor beide (respectievelijk 2% en bijna 4%). Ouders vinden het waarschijnlijk prettig te weten waar de producten vandaan komen.

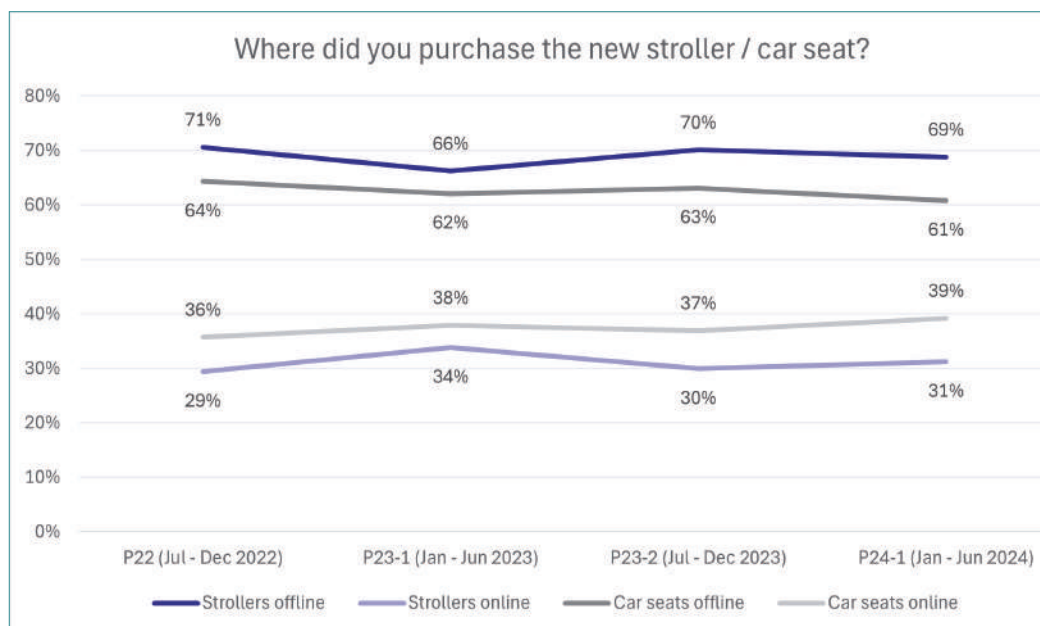
Joolz en Maxi-Cosi nemen nog sterker de leiding

Al vele jaren staan Joolz bij de kinderwagens en Maxi-Cosi bij de Groep 0 stoeltjes op de eerste plaats van meest verkochte merken. Vergeleken met drie onderzoeken geleden vergroot Joolz het marktaandeel van bijna 23,5% naar ruim 27%. MaxiCosi gaat van bijna 57% naar ruim 63%. Op de tweede plek heeft Bugaboo bij de kinderwagens wel een spurt ingezet: 5% erbij (van bijna 8,5% naar bijna 13,5%). Bij de autostoeltjes daalt nummer twee Cybex van 14% naar bijna 11,4%.

Over WIJ Monitor

De WIJ Monitor is een continu onderzoek uitgevoerd door data georiënteerd mediabedrijf WIJ Special Media. Dit onderzoek loopt sinds 2012 waarbij de customer journey van (aanstaande) moeders in kaart wordt gebracht bij hun aankopen van diverse babyproducten. WIJ Special Media heeft veel kennis van de babymarkt en voert regelmatig diverse onderzoeken uit. Voor meer informatie zie wijspecialmedia.nl/onderzoek of neem contact op met onderzoekster Marloes Wilms via marloes.wilms@wij.nl.

wij | SPECIAL MEDIA



Online wint weer iets

Als we naar de laatste vier onderzoeken kijken, schommelden de percentages licht op en neer als het gaat om kopen in de stenen winkel of online aanschaffen. Dat geldt voor zowel kinderwagens als autostoelen. Vergeleken met een halfjaar eerder zijn de online aankopen bij de kinderwagens gestegen van bijna 30% naar ruim 31%. Bij de autostoelen stegen de online aankopen van bijna 37% naar ruim 39%.