

http://www.faz.net/-gqe-oup5

FAZJOB.NET LEBENSWEGE SCHULE

FAZ.NET F.A.Z.-E-PAPER F.A.S.-E-PAPER

Anmelden Abo Newsletter Mehr

HERAUSGEGEBEN VON WERNER DINKA, JÜRGEN KAUBE, BERTHOLD KOHLER, HOLGER STELTZNER

Rat rund ums
Geld: „Meine
Finanzen“
**Frankfurter Allgemeine
Wirtschaft**

Frankfurt 1°



Dienstag, 06. Januar 2015

VIDEO

THEMEN

BLOGS

ARCHIV

[Home](#) [Wirtschaft](#) [Bevölkerung: Und ein Gläschen zum Dessert](#) [RHEIN-MAIN](#)

EASYFOLIO

Bevölkerung

Und ein Gläschen zum Dessert

Deutschland vergreist - deswegen brauchen die Hersteller von Baby-Produkten dringend eine neue Zielgruppe: die Senioren. Jedes fünfte Obst-Gläschen ist bereits ein Erwachsener.

11.04.2004, von [BETTINA WEIGUNY](#)



© HIPPI

Babynahrung: Nicht mehr nur für Kinder

Claus Hipp ist am liebsten die Fruchtgläschen. Bevorzugt mit Aprikosengeschmack. "Im Auto habe ich immer ein paar Babygläschen dabei. Die schmecken fruchtig, süß und sind doch ohne Zucker." Er muß das sagen. Schließlich ist er der größte Hersteller von Babynahrung in Deutschland, macht damit 230 Millionen Euro Umsatz im Jahr. Aber es gibt auch andere Erwachsene, die seinen Babybrei gerne essen.



Autorin: Bettina Weiguny, Jahrgang 1970, freie Autorin in der Wirtschaft der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung.

Folgen:

Jedes fünfte Fruchtgläschen, behauptet Herr Hipp, wird heute nicht von einem Kleinkind gegessen, sondern von Eltern oder Senioren. Die Hersteller machen dahinter einen wahren Trend aus. Und das liegt ganz in ihrem Sinne, erschweren doch die sinkenden Geburtenzahlen das Geschäft mit der Babynahrung. Nur 715.000 Kinder wurden im Jahr 2003 geboren. Das sind anderthalb Prozent weniger als im Vorjahr, etwa 100.000 weniger als vor 30 Jahren und so wenig wie noch nie in der Geschichte der Bundesrepublik.

Mehr zum Thema

Deutsche Kinderlosigkeit
Weniger Geburten, weniger Ehen, mehr

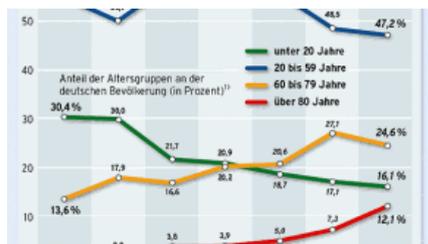
Sterbefälle

Die demographische Zeitbombe:
Generationenstreß

Der Baby-Markt ist ausgereizt

Die Gesellschaft vergreist. Das wird derzeit
allerorten beklagt. Für die verwöhnte

Babyindustrie hat das handfeste Folgen: Ihr lukrativer Markt schwindet. "Wir befinden uns in einer Einbahnstraße", klagt Alete-Chef Ferdinand Haschke. Schon seit Jahren stagnieren die Umsätze bei Babynahrung, Babypflege und Windeln. Die Kleinkinder werden von der Industrie rundum umsorgt - mit New-born- und xxl-Windeln bis 30 Kilogramm. Mit Frühchen-Milch, biologischer, hypoallergener, pro- und prebiotischer Kost sowie kräftigen Junior-Menüs.



© F.A.Z.

Mit Cremes und Lotions, Öl und Puder. 300 Millionen Euro Umsatz machen Bübchen & Co. jährlich mit Pflegeprodukten. Bei Babykost sind es etwa 630 Millionen Euro. Damit ist der Baby-Markt ausgereizt. Etwa eine Million Gläschen verlassen täglich das Hipp-Werk im oberbayerischen Pfaffenhofen. Knapp 20 Prozent davon gehen ins europäische Ausland. Eine weitere

Ausweitung der Exporte sei schwierig, erklärt Claus Hipp, da Babyboom-Ländern in Afrika die Kaufkraft fehlt.

Für Senioren ideal

Bleibt nur die Suche nach einer neuen Zielgruppe: Eltern und Senioren. "Clever ist das", meint Andreas Reidl von der A.GE Agentur für Generationen-Marketing. "Da liegt noch viel Potential." Derzeit leben in Deutschland 30 Millionen Menschen im Alter von über 50 Jahren. 2030 werden es 40 Millionen sein. Ihre Kaufkraft von etwa 120 Milliarden Euro im Jahr werde unzureichend genutzt, glaubt der Seniorenforscher. Eine Chance für die Babybranche? Einige Produkte bieten sich für Senioren geradezu an, glaubt Reidl. Pürierte Breis, Pflegecremes für die Haut oder Windelprodukte beispielsweise.

Als erste haben die Windelhersteller den Markt erkannt. Hartmann, nach Procter&Gamble der zweitgrößte Windelhersteller in Deutschland, hat 2003 bereits 1,5 Milliarden Inkontinenzprodukte verkauft. Tendenz stark steigend. Vier bis sechs Millionen ältere Menschen müssen über Jahre hinweg mit Windeln versorgt werden. Hartmanns Konsequenz: Die Heidenheimer haben Ende vorigen Jahres die Produktion der Babymarke Fixies verkauft und bauen den Inkontinenzbereich massiv aus.

Lebensmittel mit Mehrwert

Schwierig gestaltet sich oft die Vermarktung der Baby-Ware. "Senioren essen gerne Babygläschen. Es gibt wenig Lebensmittel, die sie mit ihren dritten Zähnen gut essen können", sagt Alete-Chef Haschke. Der Haken ist nur: Die bejahrte Zielgruppe lehnt Senioren-Produkte genauso ab wie ausgewiesene Babyware. "Mit Marken wie Hipp oder Alete kommt man da nicht weiter", meint Marketingexperte Reidl. Bisher seien alle Versuche in dem Bereich fehlgeschlagen.

Deshalb versuchen es die Hersteller nun auf der Wellness-Schiene. Die Nestle-Tochter Bübchen bietet das "2-Phasen-Lotion Bad" gegen Alltags- und Arbeitsstreß sowie Pflegeprodukte nach Sauna, Fitneßstudio oder Waldlauf. In der Lebensmittelindustrie nennt sich das dann "Fitfood" oder "Hippness". Frucht-Pausen, Müslis, Energie-Riegel und Joghurts sollen die Absatzlücken schließen. "Wir positionieren uns als Hersteller gesunder Lebensmittel mit Mehrwert", erläutert Haschke. Seine Strategie: die

40jährigen ansprechen, damit die 60jährigen kaufen.

Kochen mit Gläschen

Mit den Attributen "kalorienarm", "schadstofffrei", "zuckerfrei" erreichen die Hersteller vor allem die figur- und gesundheitsbewußte Frau. "Die zieht ein Obstgläschen jedem Schokoriegel vor", ist sich Claus Hipp sicher. Sogar ein Diätbuch "Slim-Diät. Nehmen Sie ab mit Babynahrung" ist kürzlich auf den Markt gekommen. Das geht den Baby-Managern dann doch zu weit. Allerdings hat Herr Hipp keine Bedenken gegen Kochen mit Gläschen. Im Internet gibt er Müttern Pasta-Tips wie "Gemüse-Kräuter-Sahne-Sauce für Erwachsene" in nur drei Minuten. Gläschen erhitzen, Brühe zugeben, Curcuma, frische Kräuter und Creme fraiche. Fertig.

Nur Verbraucherschützern und Ernährungsexperten behagt der Trend zur Babykost nicht. "Völlig unsinnig" sei es für Erwachsene, Babynahrung zu essen, erregt sich die Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Frische Äpfel oder Joghurt seien gesünder und billiger. "Zudem sollen Menschen beißen und kauen - dafür haben sie schließlich ihre Zähne."

Quelle: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 11.04.2004, Nr. 15 / Seite 35

[Zur Homepage](#)

Themen zu diesem Beitrag: [Deutschland](#) | [Alle Themen](#)

Hier können Sie die Rechte an diesem Artikel erwerben

Weitere Empfehlungen

Volkskrankheit

Koalition will Diabetes-Welle stoppen

Die Zuckerkrankheit breitet sich rasend schnell aus. 6,7 Millionen Deutschen sind schon Diabetiker. Die Bundesregierung will den Kampf aufnehmen. Eine nationale Strategie soll verabschiedet werden, um die "Wohlstandskrankheit" einzudämmen [Mehr](#) Von ANDREAS MIHM, BERLIN
03.01.2015, 10:13 Uhr | Wirtschaft



Anzeige

Jahrelang in der PKV, nun zahlen wir weniger!

Wir, beide Ende 50 und privat versichert, werden jährlich fast 3.000€ weniger zahlen. Das könnten Sie auch. Meine Gattin und ich freuen uns auf eine weitere Kreuz... [Mehr](#)



powered by plista

Baby-Sumo in Japan

Beim Baby-Sumo in Japan halten zwei ausgewachsene Männer in windelartigen Hosen Kleinkinder in Windeln hoch, und ein dritter Mann versucht, den Babys Angst zu machen, bis sie zu weinen beginnen. Das jahrhundertalte Ritual soll die Kleinen gesund und stark machen. Im Irugi-Schrein in Tokio fand es nun zum sechsten Mal statt. [Mehr](#)
22.09.2014, 14:13 Uhr | Gesellschaft



Anzeige

Teure PKV-Tarife gibt es nach Jahren viele

Zur Reduzierung der PKV-Beiträge und Erhaltung der Tarifleistung sollte jeder verantwortungsvolle privat Krankenversicherte auf



professionelle Unterstüt... [Mehr](#)



powered by plista

Übernahme von Unternehmen

Für Firmen werden Rekordpreise bezahlt

Bayer und ZF Friedrichshafen zeigen, warum es bei Firmenkäufen momentan häufig geht: Um an die Weltspitze zu kommen. Besonders oft schlugen deutsche Käufer dieses Jahr in Amerika zu.

[Mehr](#) Von GEORG GIESBERG
29.12.2014, 08:02 Uhr | Wirtschaft



China sorgt sich um die steigende Zahl an Senioren

Wegen der Ein-Kind-Politik sind in China immer mehr Ältere auf die Hilfe von immer weniger Jüngeren angewiesen. Die Senioren in Altenheimen unterzubringen, ist in der chinesischen Kultur eine neue und umstrittene Praxis. [Mehr](#)
20.08.2014, 15:22 Uhr | Gesellschaft



Agrarminister Schmidt

Regionale Produkte verlieren ihren Schutz

Der Schutz für Spezialitäten wie Gouda oder Schwarzwälder Schinken könnte bald aufgehoben werden. Man könne wegen des Freihandelsabkommen TTIP nicht mehr jede Wurst schützen, sagt der Agrarminister. [Mehr](#)
04.01.2015, 13:49 Uhr | Wirtschaft



Frankfurter Allgemeine

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH 2014
Alle Rechte vorbehalten.