

# Babyausstattung: Gefahrenabwehr im Gitterbett

Von Helena Ott

Dieser Artikel ist Teil von [ZEIT am Wochenende](#), Ausgabe 01/2025.

Das Bedürfnis nach Sicherheit ist wahrscheinlich nie höher, als wenn man das erste Baby bekommt. Von einem auf den anderen Tag ist man für ein kleines, sehr fragiles Wesen verantwortlich, das sich nicht selbst ernähren und beschützen kann: davor, aus dem Bett zu fallen, sich zu verschlucken, zu frieren oder im Schlaf zu ersticken. Wenn aus Erwachsenen Eltern werden, werden sie erst mal ratlos.

Diese Unsicherheit trifft auf einen gewaltigen Markt an fragwürdigen wie teuren Produkten. Babyausstatter haben das Spiel mit der Sorge junger Eltern perfektioniert, in der Manipulation ihrer Zielgruppe sind sie erfolgreicher als Unternehmen vieler anderer Branchen. Das Ergebnis: Stockender Konjunktur und anhaltendem Geburtenrückgang zum Trotz haben sie im vergangenen Jahr 7,6 Milliarden Euro Umsatz gemacht – ein Rekord. Abgesehen von einem Knick im Coronajahr 2020 ist das Umsatzvolumen in der Babybranche sieben Jahre in Folge gestiegen, zuletzt um 1,5 Prozent. Die Sorge um den Nachwuchs ist einer der wenigen verbliebenen Wachstumsmärkte, unberührt von der Konsumzurückhaltung privater Haushalte. Und das ist kein Zufall.

Schon als sie zum ersten Mal schwanger war, sagt Fabienne Cantner, sei sie "mit Werbung bombardiert" worden – vor allem auf dem Smartphone. Sie erschien neben Artikeln auf Nachrichtenseiten oder als Anzeigen auf [Instagram](#) zwischen Influencern, die ebenfalls Produkte in die Kamera hielten. Jede zweite Anzeige in ihrem Feed habe Babytragen, Wiegen oder Stillkissen gezeigt, erinnert sich die 32-Jährige.

"Beim ersten Kind habe ich mich viel stärker davon beeinflussen lassen", sagt Cantner. Warum? In den ersten Wochen sei sie "superüberfordert" gewesen und hätte, so erzählt sie halb im Scherz, das Kind nach der Geburt am liebsten zurückgegeben. Heute ist Noah drei Jahre alt, steht neben ihr in der Küche und schält mit einem grünen Kinderschäler eine Karotte. Zu Mittag soll es Spätzle mit Linsengemüse geben.

Mit ihrem Partner, Dominik Heller, Noah und seinem drei Monate alten Bruder Laurin wohnen sie in München-Schwabing. Beide Eltern arbeiten an der Technischen Universität als wissenschaftliche Mitarbeiter. Auf ihren Wunsch hin wurden die Namen der beiden Kinder und der des Vaters in diesem Text verändert.

"Es heißt ja immer, dass die Geburt das Schlimmste ist, und danach wird es schön." Aber bei Noah sei es umgekehrt gewesen, sagt Cantner.

Die Hebamme habe wegen der Pandemie keine Hausbesuche angeboten und im Geburtsvorbereitungskurs sei es auch kaum um die Zeit danach gegangen: wie man stillt, wickelt oder Babys hilft einzuschlafen. Praktische Hilfe? Kaum zu bekommen. Eine ideale Grundlage für gute Geschäfte.

In Ländern mit hohem Einkommen sei diese Verunsicherung und Überforderung verbreitet, sagt Karolina Luegmair. Sie lehrt und forscht an der Katholischen Hochschule München als Professorin für Hebammenwissenschaft. Außerhalb von Großfamilien und engen Dorfgemeinschaften sei es nicht üblich, sich gemeinschaftlich um Kinder zu kümmern. "Viele Eltern halten bei der Geburt ihres eigenen Kindes zum ersten Mal einen Säugling in der Hand." Noch dazu wohnten junge Eltern heute oft viele Kilometer entfernt von ihren Ursprungsfamilien. "Da fehlt das natürliche Netzwerk, das junge Familien unterstützen und jederzeit Fragen beantworten kann", sagt Luegmair.

## Baby-Autoschalen werden heute nicht mehr einfach mit dem Gurt befestigt

Für Babyausstatter ist das ein lukrativer Vorteil. Mütter werden schon in der Schwangerschaft zu einer umschwärmten Zielgruppe, wie Lioba Hebauer, Sprecherin des Bundesverbands Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller, unumwunden zugibt: "Hersteller und Handel beginnen im zweiten Trimester, die Schwangeren abzuholen – dabei spielt Instagram derzeit die größte Rolle", sagt sie.

Nach dem ersten Kontakt in den sozialen Netzwerken geht es darum, die Eltern in den Onlineshop zu locken oder ins Geschäft.

Gut 80 Kilometer von München entfernt führt die Autobahnausfahrt Gersthofen auf den geräumigen Parkplatz der Babywelt – nach eigenen Angaben einer der größten Babyfachmärkte Europas. Vier Stunden dauert es, einmal durch alle Abteilungen zu gehen, und spätestens dann ist die unterschwellige Botschaft auch eingesickert. Wer ein kleines, schutzloses Wesen in die Welt setzt, dessen oberste Aufgabe ist Gefahrenabwehr: ob gegen UV-Strahlen – wofür sich Schutzanzüge oder spezielle Schirme empfehlen – oder gegen Stürze und Hitzestau.

Ein Gespräch mit Babywelt dazu war nicht möglich. Die Geschäftsleitung teilte lediglich mit, niemand stehe für einen Termin zur Verfügung. Schriftliche Fragen beantwortete das Unternehmen ebenfalls nicht.

Also muss das Produktangebot für sich selbst sprechen.

Statt 20 Modelle Kinderwagen gibt es hier gleich 20 Doppelreihen. Prestigemarken heißen hier nicht BMW, Volvo oder Audi, sondern Cybex, Bugaboo oder Hartan. Die Preise reichen bis 1.800 Euro, es gibt Modelle mit Elektroantrieb und App-unterstützter automatischer Schaukelfunktion. Einige werben mit "guter Luftzirkulation", offenbar gegen Überhitzung – wobei ein gewöhnlicher Kinderwagen natürlich ohnehin die meiste Zeit über offen benutzt wird.

Baby-Autoschalen werden heute nicht mehr einfach mit einem Gurt am Sitz befestigt. Die meisten neuen Modelle, die an der langen Wand des Ausstellungsraums stehen, werden über eine fest im Auto verbaute "Docking-Station" installiert. Ein Kontrolllämpchen zeigt vor jeder Fahrt, ob Gurt und Sitz richtig angebracht sind. Der neue Standard hat natürlich seinen Preis und kostet von 800 Euro an aufwärts. Zum Vergleich: Einfache Babyschalen findet man im Internet für ein Zehntel des Preises.

## **Die Kinderärztin empfiehlt eine minimalistische Grundausrüstung**

Noch wichtiger ist der Schlaf – beziehungsweise die Angst vor dem, was in der Nacht alles passieren kann, wenn die Eltern gerade nicht aufpassen: der plötzliche Kindstod. Ein Drama, dessen Ursache bis heute wissenschaftlich nicht restlos geklärt ist. Allerdings auch ein Beispiel dafür, dass sich Risiken manchmal durch Aufklärung verhindern lassen: Experten empfehlen, Babys auf dem Rücken schlafen zu lassen, statt mit Decke nur im Schlafsack und ohne Kissen im Beistellbett. Auch durch Hinweise wie diese sind die Fälle in Deutschland von 1.285 im Jahr 1991 auf nur noch 84 im Jahr 2022 gesunken.

Trotzdem nimmt die Schlafoptimierung und -überwachung teils absurde Züge an. Los geht es bei speziellen Babymatratzen für Null- bis Vierjährige, die "atmungsaktiv" oder gar "besonders atmungsaktiv" sind und schon mal 400 Euro kosten können. Zwei Gänge weiter ist die passende Überwachungstechnik aufgereiht: Babyphone oder eher Baby-Video-Phone. Wer bereit ist, 180 Euro oder mehr auszugeben, bekommt Modelle mit Kamera, die zusätzlich die Raumtemperatur messen und bei Abweichungen einen Alarm absetzen.

Der Hersteller Owlet hat das Schlafmonitoring perfektioniert. Über eine Fußmanschette übermittelt das Gerät Babys Herzfrequenz und Sauerstoffsättigung in Echtzeit ins Wohnzimmer. Mit den getrackten Daten kann man die Schlafqualität mehrerer Tage vergleichen. Für eine Anfrage, inwiefern dieses Produkt zur Verunsicherung junger Eltern beitragen könnte und womöglich Ängste erst befeuert, war das Hamburger Start-up nicht zu erreichen.

Anders der tschechische Hersteller Monkey Mom, der seit 2020 Bettgitter vertreibt – allerdings nicht für Babybetten, sondern um das komplette Elternbett einzuzäunen. Auf Anfrage schreibt die Gründerin: "Wir arbeiten in unserer Kommunikation nicht mit Angst, sondern mit einem Gefühl von Sicherheit." Ihr Produkt sei ein Angebot für "sicheres Co-Sleeping", damit Eltern ruhig schlafen könnten, ohne sich zu sorgen. Die Idee sei entstanden, weil ihr eigener Sohn einmal nachts aus dem Bett gerollt sei: "Das wollte ich nie wieder erleben!"

## **Bei der Kinderärztin sind häufig die Eltern Patienten**

Als erfahrene Kinderärztin hat Ursula Felderhoff-Müser häufig das Gefühl, eher die Eltern als die Kinder behandeln zu müssen: "Da wird sehr viel Geschäft mit der Unsicherheit der Eltern gemacht", sagt die Präsidentin der Fachgesellschaft für Kindermedizin. Sie empfiehlt eine minimalistische Grundausrüstung:

Windeln und Wundsalbe. Familien, die mit dem Auto unterwegs sind, brauchen eine Babyschale. Für zu Hause reiche ein Beistellbett mit einfacher Matratze. Ein hoher Wickeltisch sei auch gut – für die Eltern, die bei sechs- bis achtmal wickeln pro Tag ansonsten schnell Rückenschmerzen bekommen. Die erste Kleidung könne man aber auch sehr gut gebraucht kaufen, das Gleiche gelte für den Kinderwagen.

Doch häufiger als ihre Kinderärztin sehen junge Eltern, was andere Eltern machen, etwa auf Instagram. Darunter auch sogenannte Momfluencer und seltener auch Dadfluencer, die für ihre Beiträge bezahlt werden. In ihren Videos sprechen sie über Verdauungsmassagen für Babys, Beikost und Einschlafbegleitung – die neue Schaumgummi-Wickelaufgabe gut sichtbar platziert. Sie führen die neue Babyhängematte mit Wiegeautomatik vor. Und nach dem Urlaub teilen sie der Community mit, wie froh sie sind, endlich "wieder alles einfach mit dem Lastenrad" erledigen zu können. Das entsprechende Modell fahren sie fröhlich durchs Bild.

Das funktioniert auch deshalb so gut, weil es echte Mamas und Papas sind, mit denen man sich identifizieren kann. Nur dass in ihren Wohnzimmern kein Chaos herrscht, sie keine angesabberten T-Shirts tragen oder sichtbar unter Schlafentzug leiden. Mit echter Elternrealität haben die Kurzvideos also wenig gemeinsam, aber vielleicht ist das auch Teil ihrer Anziehungskraft. Damit die Beiträge geklickt werden, müssen sie ästhetisch aussehen; warmes Licht, eine ruhige und aufgeräumte Umgebung, viel Pastell.

Als ihr dreijähriger Sohn Noah noch ein Baby war, habe sie sich das alles "reingezogen", sagt Fabienne Cantner: die schicken Eltern, die auch bei den Babysachen vor allem mit Markenprodukten unterwegs waren. "Mir hat das nicht mehr gutgetan, ich bin nicht gut darin, das für mich zu dosieren", sagt sie. Als dann ihr zweiter Sohn Laurin zur Welt kam, habe sie sich aus dem sozialen Netzwerk zurückgezogen. "Ich wollte mich nicht mehr so fremdbestimmt fühlen, ständig einen neuen Impuls, noch etwas haben zu müssen", erklärt sie.

Das Wichtigste für eine gesunde Entwicklung des Babys könne man ohnehin nicht kaufen, sagt die Entwicklungspsychologin Gudrun Schwarzer von der Universität Gießen: Körperkontakt und Aufmerksamkeit. Viel von dem, was die Hersteller auf den Markt bringen, sei zudem nicht von wissenschaftlichen Erkenntnissen inspiriert. "Babys wollen nicht immerzu in irgendwelchen Sitzen, Schalen oder Wippen sitzen, sie wollen strampeln und sich frei bewegen können." Schwarzer rät, sie einfach auf einer dicken Decke auf dem Boden abzulegen.

In der Küche von Familie Cantner und Heller ist das Gemüse fertig gegart. Dominik Heller isst mit den dreien zu Mittag, er arbeitet heute im Homeoffice. Cantner legt Laurin in die beige Schale mit dem Gurt, die auf einen Kindersitz montiert ist. Noah pustet auf die Spätzle mit Linsengemüse auf seinem Teller.

Dominik Heller glaubt, dass die Nachfrage nach den vielen Babyprodukten so hoch ist, "weil viele sich diese krasse Aufgabe irgendwie bequemer, einfacher machen wollen", sagt er. Ihm komme es so vor, als würden viele Eltern heute erwarten, dass sie ihre Hobbys wie zuvor weiterführen, weiter im Job performen und nebenbei tolle Eltern sein können. Da glaube man eben schnell die vielen Versprechungen der Industrie. Besser sei es, sich auf eine Realität mit Kind einzustellen, sagt er.