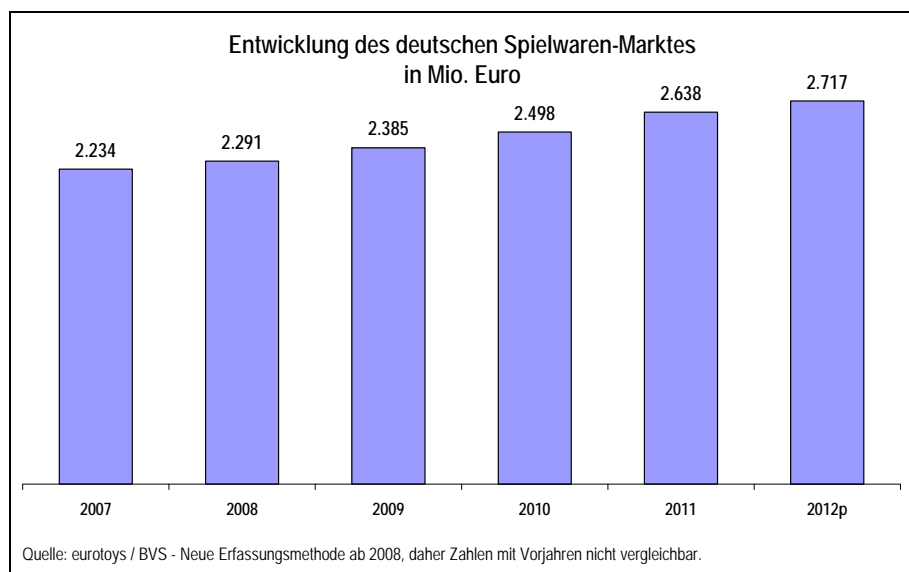


## Der Weihnachtsmann kennt keine Krise

*Spielwaren-Einzelhandel setzt auf gutes Weihnachtsgeschäft*

Der Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels (BVS) erwartet eine robuste Umsatzentwicklung: Bei einem guten Weihnachtsgeschäft, so der Kölner Bundesverband, geben die Deutschen in 2012 bis zu **3 % mehr für Spielzeug** aus. Damit würde der Spielwaren-Einzelhandel seinen Umsatz von 2,6 Mrd. Euro (2011) auf 2,7 Mrd. Euro (zu Endverbraucherpreisen) steigern. *„Kinderwünsche kennen keine Krise. Für die Spielwarenbranche wäre es ein Riesenerfolg trotz allgemeiner Konjunkturabkühlung am Jahresende mit einem Plus abzuschließen“*, stellt Willy Fischel, Geschäftsführer des Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels, fest. Größter **Treiber des Marktwachstums** sind zusätzliche Käufe der Deutschen im Internet – sowohl bei reinen Internethändlern als auch bei stationären Fachhändlern mit Internetshop.



## Kunden honorieren Innovation und Qualität

Immer mehr Spielzeug wird über das Internet gekauft

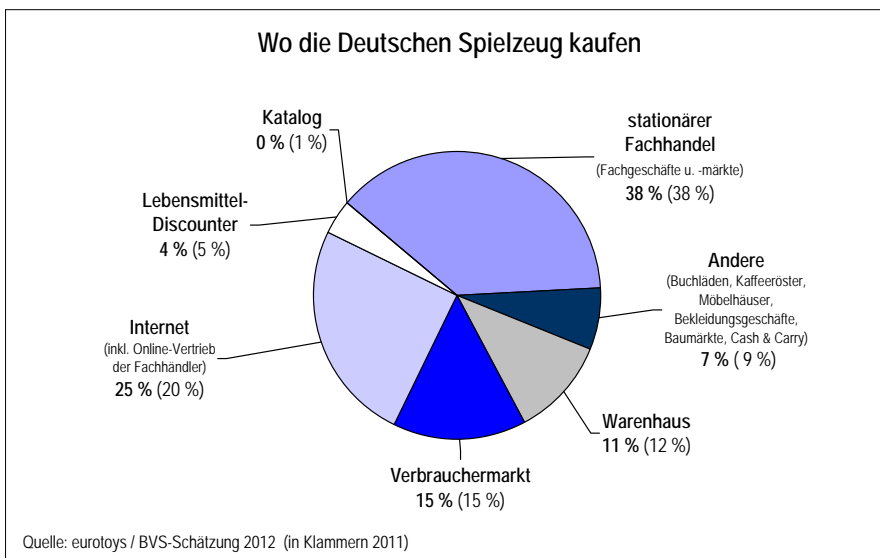
Die demografische Entwicklung und die sinkenden Geburtenzahlen begrenzen das Mengenwachstum bei Spielzeug. Wer wachsen will, setzt auf **Innovation und Qualität** – so Fischel: *„Die Spielwarenbranche verdient jeden zweiten Euro mit einer Spielzeug-Neuheit. Mit jährlich bis zu 70.000 Neuheiten belegt die Branche einen Spitzenplatz. Eine super Präsentation von spannenden Produkten im Handel sowie die Preisgestaltung und der Komfort beim Einkauf bleiben entscheidend dafür, wo am Ende gekauft wird.“* Spielwaren-Händler vermarkten hochwertigere Artikel, ver-

PRESS  
SEM  
ITTE  
ILUN  
G

anstalten Themenevents und bieten ihren Kunden neben **Erlebniswelten** spezielle Dienstleistungen wie zum Beispiel Einpack- und Lieferservice. Spielwarenaffine Sortimente wie Geschenk-, Buch-, Schreib- und Schulartikel, aber auch Kindertextilien und Babyartikel runden zunehmend das Sortiment der Spielwarenhändler ab.

Mit nach wie vor knapp 38 % Umsatzanteil bleiben die **stationären Spielwarenfachgeschäfte** und -märkte die **wichtigste Einkaufsstätte für Spielzeug**. Vom Umsatzwachstum des Vertriebsweges Internet profitieren reine E-Tailer und stationäre Fachhändler mit Internetshop. Mit einem Wachstum von 25 % in 2012 erreicht das Internet einen Umsatzanteil am Spielwarenmarkt von 25 %. Damit geben die Deutschen inzwischen jeden 4. Euro für Spielzeug im Internet aus.

Der Preisdruck durch das Internet und die **alljährlichen Rabattaktionen** der meist branchenfremden Marktteilnehmer **vor Weihnachten** bleiben bestehen. Den Konsumenten freut es, aber im Fachhandel fehlt der Ertrag.



## 10 Geschenke für leuchtende Kinderaugen

Technik zum Streicheln und Spielwelten zum Entdecken

Was zu Weihnachten angesagt sein wird, prognostiziert der Handel seit Jahren mit seiner TOP 10 Spielzeug-Liste: In 2012 hat mit „iToys“ der **Smartphone- und Tablet-Trend** die Spielzeugwelt erreicht: Smartphone und Tablet werden mit klassischem Spielzeug kombiniert: So fahren bei den „AppMATES“ schon die Kleinsten mit einem Mini-Spielzeugauto über den iPad-Bildschirm und erleben in einer großen virtuellen Welt Abenteuer. Eine weitere Produktrange mit Namen „App Gear“ macht aus jedem Smartphone oder Tablet (Apple- oder Android) eine echte Spielkonsole. Dabei verschmilzt klassisches Spielzeug mit virtuellen Welten.

„Glänzende Kinderaugen unterscheiden nicht nach iToys oder klassischem Spielzeug. Elektronik macht Sinn, wenn damit zusätzliche Spielfreude geweckt wird,“ erklärt Fischel. So kann der Spielzeugklassiker Plüsch-Pony heute nicht nur gestreichelt werden, er reagiert – mit Hilfe ausgefeilter **Sensoren und Motoren** – auf Streicheleinheiten mit realistischer Mimik und Bewegung. Für mehr Komfort sorgt eine moderne Fernsteuerung bei den Spielzeug-Klassikern Autorennbahn und Modellei-

senbahn: Hier stören jetzt **keine Kabel** mehr beim Spielen. Und beim RC-Auto „Revellutions“ wird der **Akku ganz leicht gewechselt**. Dank Spritzwasserschutz kann auch mal durch Pfützen gerast werden.

Traditionelles Spielzeug bleibt angesagt: Jede Menge **Spielzeugklassiker** begeistern und bieten tolle Spielmöglichkeiten sowie beste Verkaufschancen: So können die Kinder mit dem „Großen Ferienhotel mit Einrichtung“ von **Playmobil** ihre schönsten Ferienerlebnisse nachspielen. Und in der **LEGO** City-Welt jagen sie als Forstpolizei mit Hubschrauber, Streifenfahrzeug und Geländewagen Diebe im Wald. Bei dem Brettspiel „Talat“ (heißt arabisch „3“) geht alles um die Zahl Drei und in der „Triops-Welt“ von Kosmos züchten große Kids **Urzeitkrebse**, die es schon zu Zeiten der Dinosaurier gab.

## Preise bleiben zu Weihnachten stabil

Preissteigerungen in 2013 möglich

Die Deutschen müssen in diesem Jahr nicht mehr Geld für ihre Spielzeuggeschenke für Weihnachten ausgeben. Auch bisher waren die Preise in 2012 unterm Strich relativ stabil. Preissteigerungen für 2013 können aber nicht ausgeschlossen werden. Fischel: *„Viele Einkäufer im Handel melden aktuell wieder deutliche Preiserhöhungen im Einkauf. Gestiegene Energie-, Material-, Lohn- und Transportkosten sowie die Aufwertung der chinesischen Währung machen Spielzeug aus China teurer. Erfahrungsgemäß lässt sich aber immer nur ein Teil dieser Aufschläge an die Konsumenten weitergeben.“* Damit bleibt abzuwarten, welcher Anteil der Preiserhöhungen von Hersteller und Handel aufgefangen werden und wie viel davon in die Verkaufspreise einfließt.

## Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V. (BVS)

Der BVS vertritt die Interessen des Spielwaren-Einzelhandels aller Vertriebswege und Unternehmensgrößenklassen in Deutschland. Er ist dem Handelsverband Deutschland - HDE angeschlossen, dessen Landesverbände die Delegierten der BVS-Mitgliederversammlung stellen. Außerordentliche Mitglieder sind die wichtigsten Einkaufskooperationen der Branche.

## Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V. (BVS)

Willy Fischel (Geschäftsführer)

Telefon (0221) 2 71 66-10

Steffen Kahnt (stv. Geschäftsführer)

Telefon (0221) 2 71 66-15