



Spielzeug-Klassiker kommen in der Smartphone-Welt an Spielwaren-Einzelhandel rechnet mit stabilem Weihnachtsgeschäft

Der Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels (BVS) geht anlässlich des bevorstehenden ersten Adventswochenendes zuversichtlich in die heiße Phase des Weihnachtsgeschäftes. Rückenwind erhält die Branche in Deutschland durch drei Verstärker: eine stabile und zuletzt sogar leicht steigende Geburtenzahl (2013: ca. +1 %), eine robuste Inlandsmarktnachfrage und eine ungebremsste Innovationskraft der Markenlieferanten. Von den **guten Beschäftigungszahlen** und den **niedrigen Zinsen** profitieren laut Willy Fischel, Geschäftsführer des Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels auch die Kinder: „Die Konsumlaune in Deutschland ist ungebrochen. Es wäre eine Überraschung, wenn Eltern und Großeltern bei den Spielzeugausgaben für ihre Kinder sparen würden.“ Wenn der Handel den Schwung des Jahres mitnehmen kann, so der Kölner Bundesverband, wäre auch ein Plus möglich: Geben die Deutschen **1 % mehr für Spielzeug** aus, würde der Spielwaren-Einzelhandel seinen Vorjahresumsatz auf **2,7 Mrd. Euro** „aufkunden“ (2013: 2,67 Mrd. Euro zu Endverbraucherpreisen):



Moderne Klassiker im Kommen

Die Erwachsenen bleiben spendabel, wenn es um die Kleinen geht und wissen, was sie kaufen sollen. Denn über 70 Prozent der Geschenkideen kommen von den Kindern. So bleibt die Sortimentswelt im Kinderzimmer bunt und abwechslungsreich.

Nachdem die Rainbow Loom-Armbänder das ganze Jahr für Zusatzumsätze im Spielwaren-Einzelhandel sorgten, stehen zu Weihnachten **hochpreisigere Spielzeuge** im Fokus. „Roboterhund und Mini-Hubschrauber sind die coolen Spielzeuge der heutigen Kids-Generation. Spielzeugklassiker wie Puppen und Brettspiele wurden technisch weiterentwickelt und bieten in Kombination mit einer Smartphone-App mehr Spielspaß“, so Fischel. „Diesen modernen Klassikern rechnen wir gute Verkaufschancen aus.“

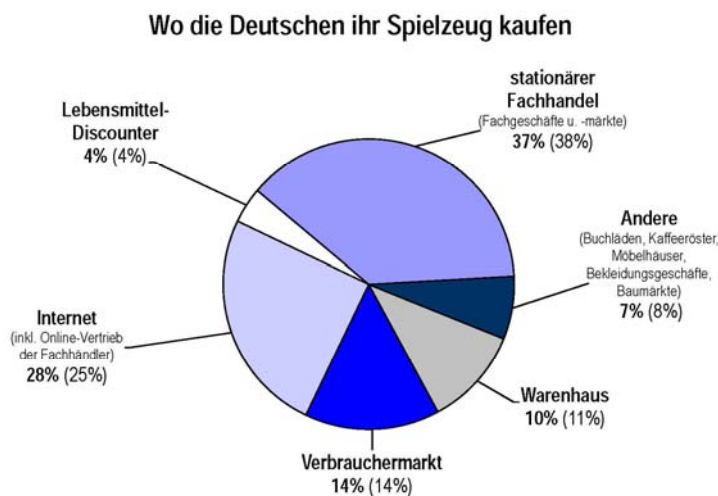
PRESE
SEM
ITTE
IL
UNG

Countdown für den Weihnachtsmann

Die **Warenverfügbarkeit** bewertet der Spielwaren-Einzelhandel allgemein als gut, auch wenn immer wieder bestimmte Markenartikel stärker nachgefragt und vor Weihnachten knapp werden. *„Die drei Wochen vor Weihnachten sind erfahrungsgemäß die heißeste Phase des Weihnachtsgeschäftes im Einzelhandel. Wer seinen Geschenkekauf nicht gerade bis zu den Tagen vor Weihnachten aufschiebt, hat beste Chancen, die Wunschzettel der Kinder erfolgreich abzuarbeiten“*, so Fischel.

Online Only ist out

Die Spielwaren-Einzelhändler registrieren weiterhin **zweistellige Umsatzzuwächse bei ihren Onlineverkäufen**. Vor allem die nahtlose Verbindung von Online- und Offlineaktivitäten wird immer wichtiger für den Verkaufserfolg der Händler. Kein Wunder, dass auch Pure Player neue Geschäfte eröffnen, um weiter wachsen zu können. Fischel: *„Online Only ist genauso out wie wenn der Händler im Internet gar nicht gefunden wird. Pure Player eröffnen heute stationäre Geschäfte und Geschäftsinhaber sind verstärkt im Internet aktiv.“* Am Ende profitiert der Kunde: Dank Internet und Smartphone erfährt dieser heute schnell, welche Öffnungszeiten sein Händler hat oder ob gesuchte Ware im Geschäft vorrätig ist. Kunden können heute per Webshop Artikel im Geschäft reservieren oder sich im Geschäft Ware, die sie nicht selbst transportieren wollen, nachhause senden lassen. Entsprechende **Onlineshop-Lösungen** bieten Verbundgruppen auch den ihnen angeschlossenen Händlern an. Obwohl der Internetumsatz der stationären Händler überproportional wächst, flachte die Wachstumskurve des Onlinekanals insgesamt ab.



Quelle: Eurotoys-Schätzung Gesamtjahr 2014 (Stand November 2014), in Klammern Werte Gesamtjahr 2013

Das meiste Geld für Spielzeug geben die Deutschen nach wie vor im stationären Spielwaren-Fachhandel bzw. in stationären Geschäften (Marktanteil 72 %) aus.

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.

Willy Fischel (Geschäftsführer)
Steffen Kahnt (stv. Geschäftsführer)

Telefon (0221) 2 71 66-10
Telefon (0221) 2 71 66-15