



Spielwarenmesse ist Trendscout für die Branche Spielwaren-Einzelhandel wächst 2014 stärker als erwartet

Trends treiben den Markt – ob Spielzeug mit wissenschaftlichem Touch oder Spielzeug, bei dem sich die Kinder kreativ selbst verwirklichen können – die Spielwarenmesse zeigte sich wieder **am Puls der Spielwarenwelt** - Willy Fischel, BVS-Geschäftsführer: *„Nürnberg ist das Mekka der Branche. Wer in der Spielwarenwelt mitspielt, war in Nürnberg, denn hier werden die Weichen für das Spielwarengeschäft des Jahres gestellt.“*

Die Bilanz des Spielwarenhandels fällt für 2014 überraschend gut aus. Fischel: *„Umsatzwachstum ist die Mutter des Erfolgs. Die Deutschen zeigten sich im Jahresendspurt in bester Kauflaune.“* Der stationäre und der Online-Handel profitieren von der positiven Gesamtmarktentwicklung, die ein gutes Fundament für ein gutes Messegeschäft war.

Auch die stationären Händler fahren ihre Online-Investitionen in 2015 weiter hoch und optimieren ihren **Multichannel-Auftritt** zum Konsumenten. Randsortimente werden profiliert – ob **Kindertextilien oder PBS**. Die Spielwarenmesse setzte hier Signale – ob mit eigenen Präsentationsschwerpunkten in den Hallen oder sogar mit einer eigenen PBS-Messe, der Insights X vom 08. bis 11. Oktober 2015 in Nürnberg. Eine neue zukunftsweisende Messeplattform für den Handel, denn die PBS-Branche entwickelte sich zuletzt dynamisch: Laut GfK (GfK Retail and Technology, Panelmarkt, 22. Januar 2014) ist der deutsche Stationery Markt (von GfK beobachtete Produktgruppen und Absatzkanäle) 2014 gegenüber 2013 um 5 % auf 1,037 Mrd. Euro gewachsen.

Die Spielwarenmesse sendete wichtige **Signale über das Zukunftspotential** der ausgestellten Produkte aus. Fischel: *„Nicht nur die Händler - auch die Hersteller fahren schlauer nach Hause. Denn sie wissen jetzt, auf welche Resonanz ihre Neuheiten gestoßen sind. Als Resultat vieler Gespräche werden nach der Messe die Marketing- und Vertriebsplanungen verfeinert und die Produktionsmengen angepasst. 50 % aller Spielzeuge sind Innovationen und damit das Lebenselixier der Branche“* Die Händler nehmen jetzt neue Produkte mit den dazugehörigen Daten in ihre Warenwirtschaft auf, planen

PRESE
SEM
ITTE
ILUN
G

die mit den Lieferanten besprochenen Marketing- und Verkaufsförderungsmaßnahmen und passen ihre Verkaufsflächen an.

Unmittelbar nach der Spielwarenmesse ist das **Faschings- und Karnevalsgeschäft** weiter in vollem Gange. Danach folgt das Oster- und Kindertagsgeschäft. Die positive Energie der Spielwarenmesse sorgt für neuen Elan, die Innovationen aus Nürnberg in die Geschäfte zu den großen und kleinen Spielkindern zu bringen.

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