

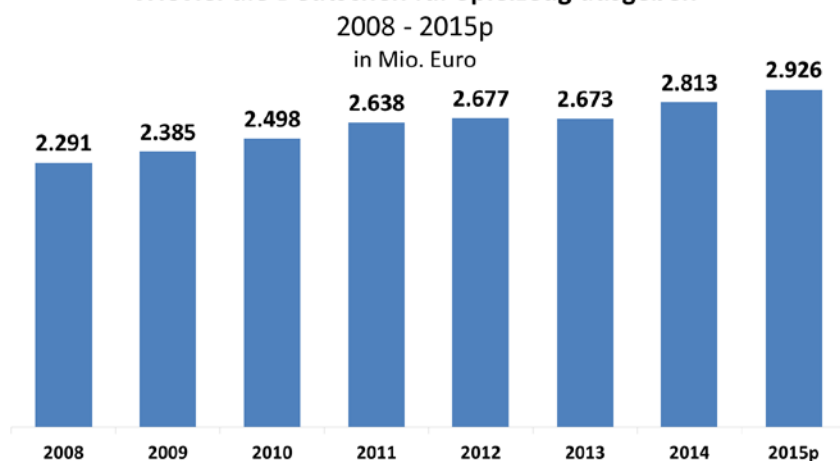
Der Handel freut sich auf Weihnachten

BVS erwartet mit +4 % erneut ein gutes Spielwarenjahr 2015

„Die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel sind gut. Die Reallöhne steigen, die Erwerbstätigkeit ist hoch und die Inflation gering“, sagte BVS-Geschäftsführer Willy Fischel. Nach einer Umfrage des Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels (BVS) bei den angeschlossenen Handelsunternehmen profitiert die Spielwarenbranche vom robusten Inlandsmarkt und einem ungebremsten Marktwachstum bei Spielwaren. Schon in 2014 sorgte ein starkes Weihnachtsgeschäft für ein unerwartet hohes Jahresplus in Höhe von 5,3 %.

„Wir rechnen mit einem super Weihnachtsgeschäft. Entscheidend für das Jahresergebnis bleibt der Jahresendspurt. Die Vorzeichen stehen gut, dass die Spielwarenbranche auch dieses Jahr prima abschneidet. Aber auch für 2015 gilt: Abgerechnet wird zum Schluss“, so Fischel. Da das Weihnachtsgeschäft mit gut 40 % einen besonders hohen Anteil am Jahresergebnis hat, entscheiden die Konsumenten mit ihren Einkäufen im Dezember wie das finale Ergebnis aussieht. Da muss dann auch das Wetter mitspielen. Wenn der Weihnachtsmann einen guten Jahresendspurt 2015 hinlegt, erwartet der Kölner BVS wieder ein **Branchenplus von gut 4 %**. Damit würde der Inlandsmarkt - ohne Videospiele - von in 2014 2,8 Mrd. Euro (zu Endverbraucherpreisen) auf **2,93 Mrd. € in 2015** wachsen. Fischel: „Der Umsatz-Kuchen ist größer geworden. Die Wachstumsmotoren in 2015 heißen: Internet, Lego und Lizenzen“.

Wieviel die Deutschen für Spielzeug ausgeben



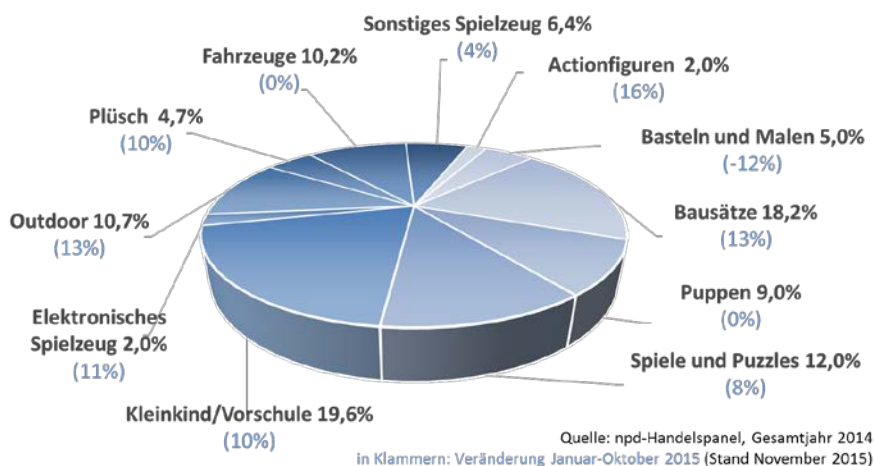
Quelle: 2008 - 2014 = npd Verbraucherpanel Stand 2015
Neue Erfassungsmethode ab 2012, daher Zahlen mit Vorjahren nicht vergleichbar
p = Prognose BVS

Interaktive Dinosaurier und Einhörner erobern Gabentische Klassiker treffen Hightech im Kinderzimmer

Bis zum Oktober 2015 stiegen die Ausgaben der Deutschen in den Warengruppen Actionfiguren und Bausätze am stärksten. Kein Wunder: Wird doch seit September

2015 Spielzeug mit Bezug zum neuesten **Star Wars-Film** im Spielwaren-Einzelhandel vermarktet. Lizenzspielzeug zu Minions, Cars oder Frozen sorgt für weiteren Schwung im Spielwaren-Fachhandel. Hollywood treibt nicht nur die Umsätze an den Kinokassen, sondern auch die Umsätze mit Spielwaren vom Raumschiff bis zu den Spielfiguren sowie Merchandising Produkten. T-Shirts, Plüschtiere oder Kostüme machen aus dem Filmgeschäft eine lange Verwertungskette. „Das Erwachen der Macht“ (Originaltitel: Star Wars: The Force Awakens) ist die siebte Episode der Star-Wars-Saga, die am 17. Dezember 2015 in den deutschen Kinos anläuft. Fischel: *„Der Spielwaren-Fachhandel erwartet ein galaktisches Weihnachtsfest.“*

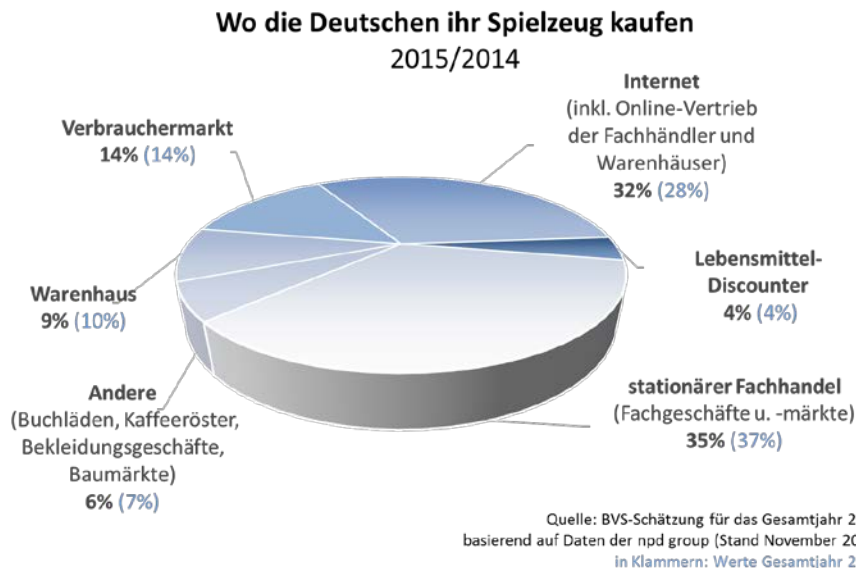
Welches Spielzeug die Deutschen kaufen
2014/Januar - Oktober 2015



Zu **Weihnachten** rechnet der BVS mit einer starken Nachfrage nach **interaktiven Einhörnern und Dinosauriern**: *„Spielzeugklassiker wurden technisch aufgemotzt und sorgen für coole Spielmomente. Ob Kamera-Drohne oder Hightech-Autorennbahn - das moderne Kinderzimmer ist ein Hightech-Kinderzimmer. Magische Zaubermäuse und eine auf Knopfdruck reitende Barbie - auch in 2015 sorgt die Spielwarenbranche für strahlende Kinderaugen.“*, so Fischel.

Spielwaren-Fachhandel investiert in IT und Multichannel
Händler verschmelzen Online und Offline

Früher musste der Kunde zum Händler kommen, heute muss der Händler den Kunden dort abholen, wo er sich gerade befindet. Auch wenn der **Verkauf von Spielwaren** im **stationären** Handel mit **68 %** immer noch den größten Anteil hält, weiteten die stationären Händler ihre Aktivitäten im Onlinehandel zuletzt deutlich aus. **Jeder dritte Euro wird heute im Internet** ausgegeben – in den Onlineshops der stationären Händler und reiner Onlinehändler. Damit wächst der Onlineumsatz nach wie vor und führt letztlich auch zu einer Ausweitung des Gesamtmarktes. Fischel: *„Kanaldenken war gestern. Das Internet ist aber auch kein Allheilmittel. Immer weniger Händler wollen auf Dauer nur Online oder nur stationär verkaufen. Mit Multichannel verschmelzen die meisten Unternehmen das Beste aus zwei Welten“*. Die Konsumenten profitieren von der neuen Angebotsvielfalt und kaufen beim Händler um die Ecke in seinem Geschäft und in seinem Onlineshop.



Die Spielwarenbranche befindet sich im Umbruch. Glaubt man Marktforschern müssen sich 70 % der traditionellen Händler neu erfinden. Aber auch 90 % der derzeitigen reinen Online-Händler werden danach nicht überleben. Entscheidend ist, dass jeder Händler digital auffindbar ist. Fischel: *„Die Zukunft gehört Multichannel - alle Filialisten und kooperierten Händler/Einkaufskooperationen machen mit. Ziel ist eine Verbesserung der Kundenfrequenz, der Ausbau von Umsatzanteilen sowie die Absicherung der Wettbewerbsposition im Markt. Die Internetaktivitäten der Händler reichen von der reinen Informationsplattform im Internet bis zum Service, Ware übers Internet vorzubestellen und im Ladengeschäft abzuholen. Click & Collect bieten immer mehr Händler an.“* Dafür müssen die Prozesse stimmen.

Händler optimieren ihre Prozesse

Ziel: perfekte Produktdaten und papierlose Prozesse

Im Internetzeitalter gilt **IT-Kompetenz** mehr denn je als unabdingbare Voraussetzung, um im Wettbewerb mithalten zu können. Mit der e-business Plattform NTG – Network Toys Germany - steht Industrie und Handel ein Branchenstandard zur Optimierung der elektronischen Geschäftsprozesse zur Verfügung. Beim von den Handelsunternehmen mytoys.de, Spiele Max, SPIEL & SPASS, Toys R Us und VEDES gegründeten Gemeinschaftsunternehmen machen heute schon über 250 Hersteller mit. **Kooperationen im Spielwarenhandel** sollen Kräfte bündeln und zusätzliche Synergieeffekte generieren. So übernahm die Einkaufskooperation VEDES schon 2013 den niedersächsischen Spielzeug-Großhändler Hoffmann. Anfang 2015 brachten die EK/servicegroup und VEDES mit ihrer gemeinsamen Tochtergesellschaft ToyPartner VEDES/EK GmbH ein neues Bündnis für den Spielwarenfachhandel mit Sitz in Nürnberg an den Start. Die EK/servicegroup wiederum übernahm im Rahmen ihrer Internationalisierung 2015 die Mehrheit an dem niederländischen Mehrbranchenverbund Euretco.

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