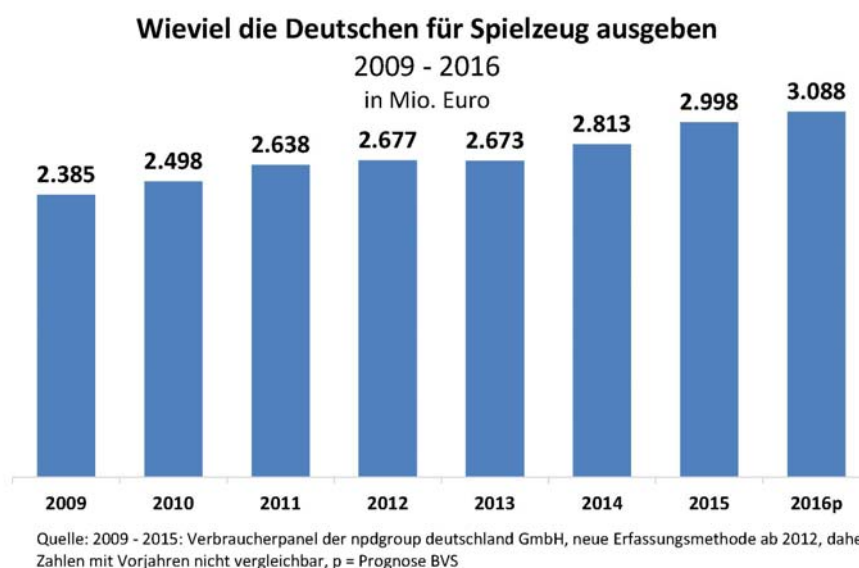


Spielwarenhändler setzen auf umsatzstarkes Weihnachtsgeschäft BVS erwartet mit bis +3 % ein gutes Spielwarenjahr 2016

„Dank der guten wirtschaftlichen Situation und dem andauernden Trend zur Familiengründung werden auch in 2016 die Ausgaben der Deutschen für Spielzeug steigen“, erklärt Willy Fischel, der Geschäftsführer des Handelsverbandes Spielwaren (BVS). „Alle Vorzeichen sprechen für ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft. In den letzten Jahren wurden wir immer wieder von der Kauflust der Konsumenten überrascht. Wenn alles gut läuft, knacken wir in diesem Jahr erstmals die 3 Milliarden-Marke. Aber auch weiterhin gilt: Abgerechnet wird am Schluss“, so Fischel. Da das Weihnachtsgeschäft im November und Dezember mit gut 40 % einen besonders hohen Anteil am Jahresergebnis hat, entscheiden die Konsumenten mit ihren Einkäufen in den nächsten Wochen bis Jahresende wie das finale Ergebnis aussieht. Dieses Jahr freut sich der Handel besonders auf Weihnachten, denn länger als dieses Jahr kann die Adventszeit nicht sein: In 2016 ist bereits Ende November der 1. Advent. Bis Heiligabend gibt es somit 28 Adventstage.

Bei einem guten Jahresendspurt 2016 erwartet der Kölner BVS ein **Umsatzplus von bis zu 3 %**. Damit würde der Inlandsmarkt von 2,998 Mrd. Euro in 2015 (zu Endverbraucherpreisen, Basis: consumer panel npdgroup deutschland) auf **3,088 Mrd. € in 2016** wachsen. Eine Mehrheit des Handels rechnet nach einer Umfrage des BVS mit Marktwachstum im laufenden Jahr. 2016 werden die Deutschen damit das dritte Mal in Folge mehr für Spielwaren ausgeben als im Vorjahr. Noch 2015 sorgte ein starkes Weihnachtsgeschäft für ein unerwartet hohes Jahresplus in Höhe von über 6 %.

Die Spielwarenhändler profitieren aktuell zusätzlich von einem Babyboom: So meldet das Statistische Bundesamt für 2015 ein neues Geburtenhoch von 737.575 Kindern (+3,2 %). Gleichzeitig haben 2015 rund 400.000 Paare den Bund der Ehe geschlossen. Das sind 3,6 % mehr als 2014.



PRESE
SEM
ITTE
ILUN
G

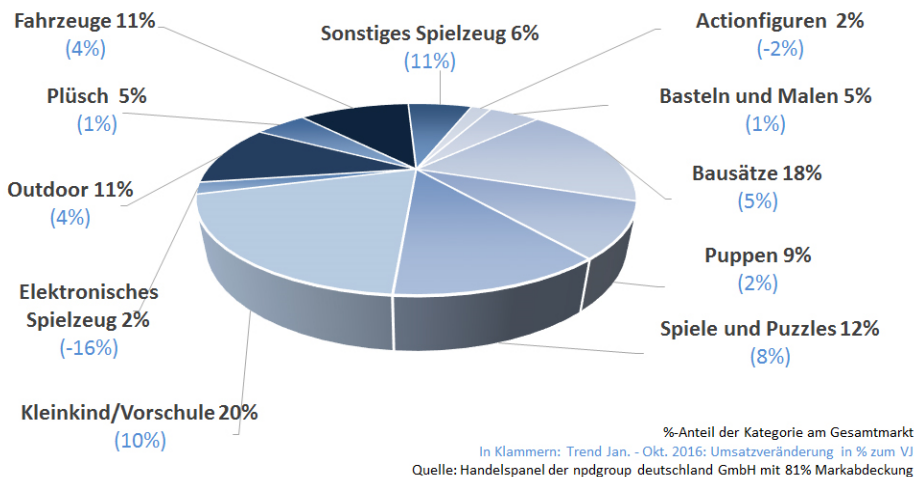
Fliegende Barbie, sprechende Häuser und schlüpfende Küken erobern die Gabentische

Pokemon Go treibt Sammelkarten-Umsatz

2016 stand im Zeichen des **Pokemon Go-Hypes**. Die Jagd auf die kleinen Monster in freier Natur entfachte einen neuen Sammelboom – Pokemon-Sammelkarten erfreuten sich großer Beliebtheit bei den Kids und auch Yu-Gi-Oh!-Karten erlebten ein Comeback. Auch Kinderspiele und Vorschulprodukte liefen gut – entsprechend wuchs der Umsatz bei Spielen und Puzzles bis Oktober 2016 um 8 %. Die Fußball-WM im Sommer kurbelte zudem den Absatz von **Panini-Aufklebebildchen** an, was unter anderem für einen Zuwachs der Produktkategorie („Sonstiges Spielzeug“) um 11 % bis Oktober sorgte. Sehr erfolgreich war in 2016 auch der fränkische Hersteller **Playmobil**: Die neuen attraktiv kalkulierten Playmobil-Produkte von der Polizeistation bis zum Playmobil-Porsche kamen bei den Deutschen gut an – das Segment Kleinkind- und Vorschulspielzeug legte bis Oktober um 10 % zu:

Welches Spielzeug die Deutschen kaufen

2015/Trend Januar - Oktober 2016



Zu **Weihnachten** rechnet der BVS mit einer starken Nachfrage nach **interaktiven feuerspeienden Drachen** sowie **Küken, die sich selbst aus dem Ei picken** – Fischel: *„Das Kinderzimmer wird zur Abenteuerzone. Die Autorennbahn stellt den Kindern Herausforderungen, Barbie lässt sich jetzt ferngesteuert durch das Kinderzimmer fliegen und in der neuen tiptoi-Spielwelt erklärt der sprechende Stift den Kindern nicht nur Spannendes in Bilderbüchern und zu Tierfiguren, sondern jetzt auch an Häusern und Fahrzeugen.“*

Keine Frage: Spielzeugklassiker vom Teddybären bis zum Mini-Spielzeugauto haben einen festen Stammpfad auf dem weihnachtlichen Gabentisch. Und besonders **Brettspielklassiker wie „Mensch ärgere dich nicht!“** von Schmidt Spiele verbinden alle Generationen, so Fischel: *„Einfache Spielregeln fördern das gemeinsame Spiel von Kindern, Eltern und Großeltern. Damit bringen Brettspiele Groß und Klein an einen Tisch und sorgen dafür, Familie und Gemeinschaft aktiv zu erleben.“*

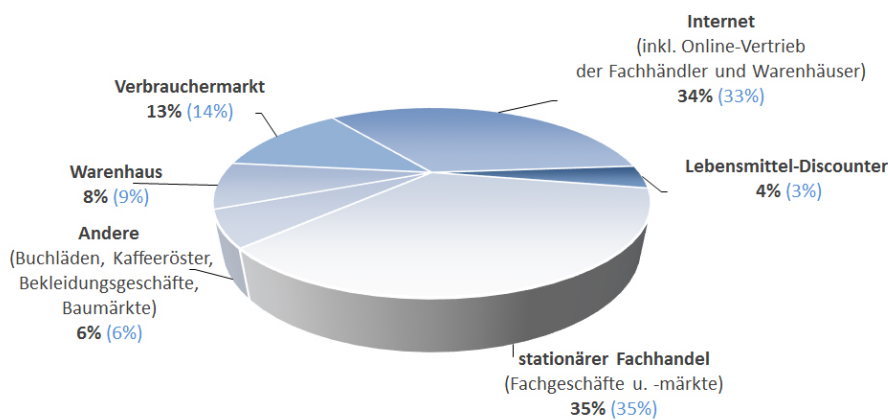
Spielwaren-Fachhandel treibt Digitalisierung voran

Händler verschmelzen Online und Offline

So viel König war der Kunde noch nie: Er wird stationär und im Internet „auf Händen getragen“. Am liebsten kaufen die Deutschen in stationären Geschäften. Dort geben sie 66 % ihres Spielzeug-Budgets aus. Als Markttreiber bleibt der Onlinekanal wichtig. Immer mehr Händler verbinden reale Erlebnis- mit digitalen Einkaufswelten. **Jeder dritte Spielzeug-Euro wird inzwischen im Internet ausgegeben** – in den Onlineshops der stationären Händler und reinen Onlinehändler. Damit wächst der Onlineumsatz nach BVS-Prognose in 2016 weiter und weitet den Gesamtmarkt aus. Neben dem Onlinekanal werden die Lebensmitteldiscounter in 2016 ihren Marktanteil auf Kosten der Verbrauchermärkte und Warenhäuser steigern. Der Marktanteil des **Fachhandels** bleibt mit voraussichtlich **35 % stabil**:

Wo die Deutschen ihr Spielzeug kaufen

2016/2015



Quelle: BVS-Schätzung für das Gesamtjahr 2016 basierend auf Daten der npdgroup deutschland GmbH

In Klammern: Werte Gesamtjahr 2015, Consumer Panel der npdgroup deutschland GmbH 2015

„Vor allem kleine Unternehmen punkten mit Mut, Fokus und Tempo bei der Umsetzung neuer Konzepte. Großflächigere Unternehmen rücken näher zum Kunden, indem sie wieder zentrumsnah bzw. in Einkaufszentren Geschäfte eröffnen“, beobachtet Fischel. Generell gilt: Wer seinen Kunden gleichzeitig vor Ort und im Internet vielfältige Services bieten will, muss investieren. So eröffnen Internethändler stationäre Geschäfte, um ihre Kunden auch vor Ort ansprechen zu können und stationäre Händler Webshops, um permanent präsent zu sein.

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