

Spielwarenmesse belebt das Geschäft der Händler Händler wollen kanalübergreifend Kunden begeistern

Die Welt der Spielwaren ist von spannenden Kontrasten geprägt: Junge und Alte begeistern klassische Spielzeugwelten genauso wie abgefahrene neue Technik-Features. Welche Spielzeuge 2017 den Markt bestimmen, erfahren die Handelseinkäufer jetzt im Rahmen der Nürnberger Spielwarenmesse - Willy Fischel, BVS-Geschäftsführer: *„Das Spielzeugjahr 2017 ist mit der Nürnberger Spielzeug-Leitmesse eröffnet. Der Handel steht erneut vor der Herausforderung, aus einer Million Produkten, darunter ca. 75.000 Neuheiten, die richtigen Produkte in der richtigen Menge zu ordern. Dabei plant der Handel jetzt nicht nur das Spielwarenjahr, sondern auch schon das Weihnachtsgeschäft 2017.“*

Der Handel konnte sich dank der Spielwarenmesse in den letzten Tagen eine Meinung zu **neuen Vertriebs- und Marketingkonzepten** der Lieferanten sowie zum Verkaufspotential der ausgestellten Produkte bilden. Fischel: *„Das Sortiment ist so vielseitig wie schnelllebig. Nur etwa die Hälfte aller Produkte bleibt länger als 2 Jahre auf dem Markt. Zugleich hängt die Hälfte des Jahresgeschäfts von zugkräftigen Neuheiten ab. Der nationale und internationale Handel muss am besten heute schon wissen, was sich morgen gut verkaufen lässt. Deshalb entscheidet der Besuch in Nürnberg über den Geschäftserfolg des ganzen Jahres.“*

Neben neuen Sortimenten prägten auch neue Geschäftsmodelle die Messesgespräche zwischen Handel und Industrie. Immer mehr Konsumenten informieren sich über Produkte, Preise und Dienstleistungen im Internet und im Geschäft und entscheiden dann passend zum Produkt über den Kaufort. Deshalb investieren die Händler in ihren stationären und/oder Online-Auftritt, damit die **Kunden kanalübergreifend** bei ihnen **einkaufen**. Fischel: *„Keiner will nur online kaufen. Multichannel und der digitalen Regalerweiterung über Kiosk-Systeme gehört die Zukunft. Einkaufskooperationen und Filialisten investieren gezielt in ihre digitale Präsenz und Kundenkommunikation. Das Internet verzeichnet nach wie vor die größten Zuwachsraten. Doch der Anreiz, online zu kaufen, nimmt ab, wenn der Konsument im Internetshop die*

PRESEMITTEILUNG

Warenverfügbarkeit abrufen kann und im nächsten Laden direkt nebenan Ware plus Beratung erhält. Viele Konsumenten nutzen Online-Coupons oder reservieren Ware, die sie dann im Laden abholen. Stationäre Händler senden sperrige Artikel versandkostenfrei zum Kunden nach Hause. Ebenso bauen Onlinehändler ihr Filialnetz aus, um durch mehr Kundennähe zu punkten und den Umsatz zu steigern.

Die Internationale Spielwarenmesse in Nürnberg bestätigte sich einmal mehr als größter Spielplatz der Welt, Innovationsplattform, Marktplatz neuer Geschäftsideen und Kommunikationsmittelpunkt für alle Branchenpartner auf nationaler und internationaler Ebene.

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