

## Spielwarenhändler gehen optimistisch ins Weihnachtsgeschäft Deutsche werden in 2018 wieder 3 Mrd. für Spielzeug ausgeben

Die gute Wirtschaftslage und niedrige Zinsen sorgen auch im Weihnachtsgeschäft 2018 für ausgabefreudige Konsumenten. „Die Innenstädte sind voll und die Deutschen in Kauflaune. Spätestens die ‚Black Week‘ hat die Menschen in die Geschäfte gelockt und das ist angesichts der verkürzten Adventszeit auch gut so“, erklärt Steffen Kahnt, Geschäftsführer des Handelsverband Spielwaren (BVS). Weil Heiligabend in diesem Jahr auf den Montag nach dem 4. Advent fällt, **dauert** die Adventszeit nur **3 Wochen**. Kahnt: „Der Handel geht optimistisch in den Weihnachtsendspurt. Dank Babyboom und Vollbeschäftigung werden die Deutschen auch in 2018 gut über 3 Milliarden Euro für Spielzeug ausgeben.“

Das Weihnachtsgeschäft im November und Dezember hat mit **40 %** einen besonders hohen Anteil am Jahresergebnis. Die Konsumenten entscheiden mit ihren Einkäufen in den nächsten Wochen wie das finale Ergebnis aussieht. Wenn alles super läuft, erwartet der Kölner BVS ein leichtes **Umsatzplus von bis zu 1 %**. Damit liegt der Inlandsmarkt wieder bei rund **3,1 Mrd. Euro** (zu Endverbraucherpreisen, Basis: consumer panel npdgroup deutschland).



Rückenwind bekommen die Spielwarenhändler vom **anhaltenden Babyboom** in Deutschland: So rechnet das Statistische Bundesamt für das Jahr 2017 mit einer Stabilisierung des Babybooms auf hohem Niveau: So wurden im vergangenen Jahr in Deutschland 785.000 Kinder geboren, was - nach 5 Jahren Wachstum - einem leichten Rückgang von 0,9 % entspricht. Der Babyboom der letzten Jahre sorgt dafür, dass sich mehr heranwachsende Kinder mehr Spielzeug wünschen - das treibt den Spielwaren-Umsatz auch in den nächsten Jahren an.

PRESE  
SEM  
ITTE  
IL  
UNG

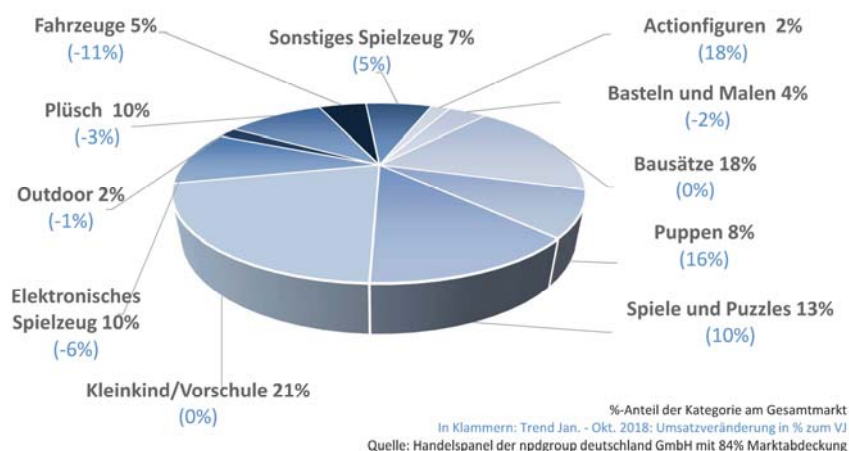
## Interaktive Babypuppen, Pferde und Eisenbahnen erobern Weihnachten 2018 den Gabentisch

### Attraktive Sammelthemen sorgen für Zusatzumsatz

Kleine L.O.L.-Sammelpuppen und die „Helfer auf vier Pfoten“ unter der Marke Paw Patrol – waren die (Sammel-)Hits des Jahres. Klassisches Spielzeug ist auch der **Renner unterm Weihnachtsbaum**. Im Trend in diesem Jahr: Alles rund um **Pferde und Eisenbahnen**. Neben Actionfiguren (Januar-Oktober 2018: +18 %) gaben die Deutschen vor allem auch für **Puppen** (+16 %) mehr Geld aus. Ein Highlight zu Weihnachten ist eine Babypuppe, die dank vieler eingebauter Motoren nicht nur eine lebensechte Mimik zeigt, sondern der die Kinder dank Spracherkennung auch erste Worte beibringen können.

### Welches Spielzeug die Deutschen kaufen

2017/Trend Januar - Oktober 2018



Kahnt: „Klassisches Spielzeug prägt weiterhin das Leben unserer Kinder. Bildschirme mit bewegten Bildern sind zwar heute omnipräsent - Eltern wollen aber nicht, dass Kinder ständig auf Smartphones und Displays schauen, sondern spielen, basteln und toben.“ Ob **Bausteine**, **Spielwelten** oder **Puppen** – die Spielzeug-Klassiker sind die Bestseller bei den Kids und stehen auf zahlreichen Weihnachts-Wunschzetteln.

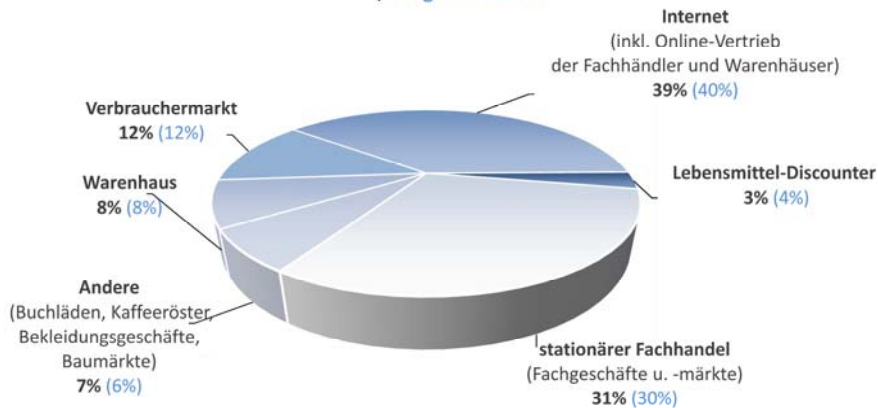
## Langer Sommer lenkt die Deutschen vom Shopping ab

### Multichannel macht den Markt

Am liebsten kaufen die Deutschen weiterhin in stationären Geschäften. Dort geben sie **60 % ihres Spielzeug-Budgets** aus. Kahnt: „Multichannel wird im Handel zum Standard, weil es für die Konsumenten Standard ist. Stationär oder Online ist nicht mehr die Frage, sondern: Wer bietet seinen Kunden die beste Kombination aus Komfort und Preis-Leistung.“ Auch in 2018 werden die Deutschen wahrscheinlich wieder mehr Geld für Spielzeug online ausgeben – egal, ob in den Onlineshops der stationären Händler oder bei reinen Onlinehändlern.

## Wo die Deutschen ihr Spielzeug kaufen

2017/Prognose 2018



Quelle: Consumer Panel npdgroup deutschland GmbH 2018  
In Klammern: BVS-Schätzung für das Gesamtjahr 2018  
basierend auf Daten der npdgroup deutschland GmbH

Der lange **Sommer 2018** lockte viele Konsumenten in Freibäder und Biergärten. Doch trotz des **Umsatz-Durchhängers** in der heißen Jahreszeit ist die Branche inzwischen wieder im Plus. Um die Kunden in ihre Geschäfte zu locken, **emotionalisieren** die Händler **ihre Verkaufsflächen**. Parallel hierzu optimieren sie ihre Webshops und feilen an einem **übergreifenden Online-/Offline-Einkaufserlebnis**. Das gleiche gilt für die Werbeansprache online/offline. Hinter den Kulissen reduzieren die Händler ihre Lagerbestände, gestalten ihre Flächen produktiver und senken die Kosten. Beratungsstarkes engagiertes Personal zu finden, wird für den Handel in Zeiten der Vollbeschäftigung eine immer größere Herausforderung.

Die Preise blieben 2018 in der Spielwarenbranche weitestgehend stabil. Steigende Mautgebühren, Kraftstoffpreise, Personalkosten sowie drastische Erhöhungen bei Pappe und Papier könnten die Preise in 2019 steigen lassen. Bei einzelnen Lieferanten und deren Speditionen kam es zuletzt vereinzelt zu Lieferschwierigkeiten. Bisher sind die Warenverfügbarkeit im Handel und die Liefersituation im Onlinehandel aber zufriedenstellend.

### 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.

Steffen Kahnt (Geschäftsführer)

Telefon (0221) 2 71 66-0