

Spielwarenmarkt geht 2010 gestärkt aus der Krise

Die ökonomische Extremwetterlage ist im Einzelhandel 2010 noch lange nicht vorüber. Glaubt man den Prognosen, ist die Talsohle durchschritten, aber der Aufstieg wird langsam und beschwerlich. Damit wird 2010 auch für den Spielwaren-Facheinzelhandel kein Jahr zum Durchatmen werden.

Die spezifischen Entwicklungen des Spielwarenmarktes geben allerdings zu Hoffnung Anlass. So konnte die Branche nach ersten Prognosen in Deutschland ihren Umsatz im vergangenen Jahr sogar um ca. fünf Prozent auf 2,41 Mrd. Euro steigern (nur klassische Spielwaren) und liegt damit im internationalen Vergleich mit an der Spitze. Mengenmäßig lag das Wachstum 2009 in Deutschland bei zwei Prozent. Im Ergebnis entscheiden sich damit die Endverbraucher immer stärker für hochwertiges Qualitätsspielzeug. Eine Umsatzprognose für 2010 kann der BVS angesichts der unsicheren globalen Marktentwicklung daher nicht abgeben. Entscheidend ist, ob die erhoffte Erholung der Konjunktur greift und wie sich der Arbeitsmarkt entwickelt.

Neuheiten als bestes Konjunkturprogramm

Handel verdient jeden zweiten Euro mit Messe-Neuheiten

Der Spielwaren-Fachhandel zieht eine positive Bilanz: Messen sind unverändert das effizienteste Forum für gute Geschäfte. So bestätigte die Internationale Spielwarenmesse in Nürnberg erneut ihre Bedeutung als Innovationsmotor, Marktplatz neuer Geschäftsideen und Kommunikationsmittelpunkt für alle Branchenpartner auf nationaler und internationaler Ebene. Neue Konferenz-Formate, Sortiments-Sonderflächen und Präsentationen erweiterten den Horizont der Branche und lieferten neuen „Erfolgs-Kraftstoff“ für das Geschäftsjahr 2010. Die Trends liegen nicht zuletzt in der Produktvielfalt vom Modellbau über Holzspielwaren, Puppen, Plüsch, Spiele, Bücher, Sport, Freizeit, Outdoor, Trend- und Lizenzartikel bis hin zum Thema Karneval.

Nicht von ungefähr setzt der Spielwaren-Fachhandel auf Neuheiten, Produktinnovationen und Weiterentwicklungen. Sie bleiben Umsatztreiber, mit denen der Handel in 2010 jeden zweiten Euro umsetzt.

PRESEMITTLUNG

Spielwaren-Sortiment bleibt „nach oben offen“

Die zwei Mega-Sortimentstrends der letzten Jahre im Spielwaren-Einzelhandel sind:

- Schreib-/Schulartikel
- Babyartikel

Spezialisten und Vollsortimenter passen ihre Produkt- und Warenpräsentation der schnelllebigen Spielwarenwelt an. Wer erfolgreich sein will, muss Sortimentsgrenzen brechen und sich an den Bedürfnissen seiner Kunden orientieren – die Story wird dabei wichtiger als die Herausstellung einzelner Produkte. Willy Fischel, Geschäftsführer Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels (BVS): *„Immer mehr Spielwaren-Einzelhändler profilieren sich mit ihrer eigenen Story rund ums Kind. Dabei wird es immer wichtiger, dem Kunden ein unmissverständliches Profil zu präsentieren. Denn der Kunde trifft seine Kaufentscheidung bewusst. Im Spiegelbild der Verbraucherwünsche erhalten Themenpräsentationen (Schule, Plüsch, Technik oder Sport) im Handel einen immer größeren Stellenwert. Und wenn ein Händler eine Sponge Bob-Sonderfläche zeigt, gibt es keinen Grund, dabei auf passende Textilien oder Süßigkeiten zu verzichten.“* Auch die Spielwarenmesse bricht schon seit Jahren mit alten Sortimentsgrenzen: Schulbedarf und Schreibwaren, die inzwischen sogar als eigenständige Produktgruppe präsentiert wurden, oder das neue Engagement der Messe im Baby-Segment zeigen, dass die Nürnberger das richtige Gespür für Trends und Tendenzen besitzen.

Sport- und Outdoor-Boom sorgen für Bewegung im Umsatz

Der Spielwaren-Einzelhandel profitiert vom neuen Sport- und Outdoor-Boom. Nicht nur gesunde Ernährung, sondern auch viel Bewegung ist der Schlüssel zu einem gesunden Lebensstil. So trug die gute Absatzsituation bei **Laufrad**, **Skateboard** und **Scooter** in 2009 maßgeblich zur guten Umsatzentwicklung bei. Fischel: *„Viele Produkte waren zu Beginn des Superwinters vorübergehend ausverkauft. Der Spielwaren-Facheinzelhandel meldete bei Schlitten zu Beginn des Jahres geräumte Verkaufsregale. Jetzt ist wieder genügend Ware da. Vom traditionellen Holzrodel bis zum modernen Designschlitten sorgte und sorgt die Witterung nicht nur in klassischen Wintersportgebieten für ein Umsatzhoch. So heizt Petrus mit seiner anhaltenden Kältewelle in Deutschland den Umsatz weiter an.“*

Horst Schlämmer feiert Karneval

„Karneval und Fastnacht lösen Umsatz aus. Denn jeder fünfte Deutsche feiert aktiv mit und lässt sich gerade in der Krise die Laune nicht verderben“, so Fischel. Fast 300 Mio. Euro geben die Deutschen für Kostüme, Perücken und Schminke aus (inkl. Halloween) und tragen damit zur Umsatzentwicklung im Spielwaren-Einzelhandel bei. Dabei sind die **Klassiker bei Kindern**: Prinzessinnen-, Cowboy- und Indianer- sowie Piratenkostüme. Bei **Erwachsenen** werden mit Nonne, Mönch und Sträfling die höchsten Stückzahlen erreicht. Zuletzt wurden Trendthemen immer wichtiger: So verkleiden sich viele Deutsche aktuell als **Horst Schlämmer, Michael Jackson** oder mit **70er Jahre Disco-Kostüm**.

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 - Der Einzelhandel 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