

## Appetit auf Spielwaren ungebrochen

Der Spielwaren-Facheinzelhandel gratuliert der Internationalen Spielwarenmesse zum 60. und dankt dem Messeteam für eine gelungene Veranstaltung. Die attraktiven Aussteller, aber auch die Anzahl und Qualität der Messebesucher aus dem In- und Ausland, viele interessante Veranstaltungen und jede Menge Innovationen rund um die Sortimentswelten der Spielwarenbranche machten die Messe zu einer überdimensionalen Geburtstagsfeier.

Die Nürnberger Spielwarenmesse ist für den Handel Pflicht und Kür zugleich. Willy Fischel, Geschäftsführer Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels (BVS): *„Die Messe ist Schrittmacher für die Branche, Medienmultiplikator zum Endverbraucher, Marktplatz für Handel und Industrie und Botschafter einer innovationsstarken Zukunftsbranche“*. Sonderschauen und Podiumsdiskussionen schärfen den Blick der Fachbesucher für Marktentwicklungen und Renditepotenziale. Ein gutes Beispiel für den Mehrwert eines Messebesuches sieht Fischel in der **Sonderschau ToyGenerations - Family**: *„Was führt Alt und Jung besser zusammen als das gemeinsame Spiel? Beim Spiel kann sich jeder einbringen und Gemeinschaft hautnah erleben. Sowohl Eltern als auch die Kids wollen nicht ihre gesamte Freizeit vor dem Bildschirm verbringen. Wir freuen uns, dass die Spielwarenmesse das familienverbindende Element des Spielens herausragend und praxisorientiert präsentiert hat.“* Renditesortimente von morgen präsentierte und diskutierte die Messe bei **Way to School**, im **LicenseCenter** und dem **Toy Business Forum 2009**. Der Hunger der großen und kleinen Kinder nach neuen und attraktiven Spielwaren ist laut BVS ungebrochen. In schwierigen Wirtschaftszeiten setzt der Handel auf aktives Chancenmanagement. Das fördert auch den Appetit des Handels und motiviert ihn, Umsatzplus-Sortimente aufzunehmen. Ob Kreativ- und Modellbau, Baby- und Kleinkindprodukte, Schreibwaren, Outdoorsortimente oder Videospiele: Die Dynamik in den Regalen des Spielwaren-Facheinzelhandels zeigt sich ungebrochen.

Strukturverschiebungen in Handel und Industrie bleiben ständige Begleiter der Spielwarenbranche. Trotz der angespannten Wirtschaftslage gibt der Spielwaren-Facheinzelhandel das diesjährige Geschäft nicht verloren und investiert gezielt in Wertschöpfungsaktivitäten. In 2009 stehen Kostensenkung und Spannensicherung im Vordergrund. Klar positionierte Fachhändler setzen mehr denn je auf Standorticherung durch Flächenrentabilität, Lageroptimierung und Mitarbeiterschulung. Denn die meisten Erfolgsfaktoren sind neben dem Preisabstand direkt von der Mitarbeiterqualität abhängig. Gute Produktkenntnisse, fachkundige und freundliche Beratung zählen zu den kaufentscheidenden Faktoren in 2009.

PRESE  
SEM  
ITTE  
ILUN  
G

Kinder, Jugendliche aber auch Erwachsene gelten zu den klassischen Zielgruppen des Spielwaren-Facheinzelhandels. Fischel: *„Wachstum und Rendite sind nur mit den Kunden möglich. Dazu gehören attraktive Sortimente für die Kinder, Jugendlichen, aber auch für die Erwachsenen. Der Konsument von morgen ist 60, sieht aus wie 50 und konsumiert wie ein 40-jähriger. Diese jung gebliebenen, anspruchsvollen Kunden suchen Qualitätsprodukte und Qualitätsberatung zum richtigen Preis-Leistungs-Verhältnis. Da hat der gut aufgestellte Handel die Nase vorn.“*

Inwieweit der Spielwaren-Facheinzelhandel von der Wirtschaftskrise betroffen sein wird, ist heute noch nicht vorhersehbar. Laut Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE), der Dachorganisation des BVS, sind die Voraussetzungen für den Einzelhandel grundsätzlich nicht schlecht. Die verfügbaren Einkommen werden 2009 angesichts steigender Löhne und monetärer Sozialleistungen, trotz Beschäftigungsabbau steigen. Die Sparquote soll stagnieren, möglicherweise sogar zurückgehen. Die Verbraucherpreise werden voraussichtlich um etwa 1 % steigen. Gegenüber dem Vorjahr sollen die privaten Konsumausgaben sogar leicht steigen. Fürs 1. Halbjahr 2009 wird erwartet, dass der Einzelhandel das Vorjahresniveau halten kann. Für das 2. Halbjahr rechnet der HDE mit einer etwas schlechteren Umsatzentwicklung. Es wird mit einer nominalen Umsatzentwicklung in einem Korridor von null bis minus 1 % gerechnet.

## **Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V. (BVS)**

Der BVS vertritt die Interessen des Spielwaren-Einzelhandels aller Vertriebswege und Unternehmensgrößenklassen in Deutschland. Er ist dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (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
	E-Mail <a href="mailto:bvs@einzelhandel.de">bvs@einzelhandel.de</a>