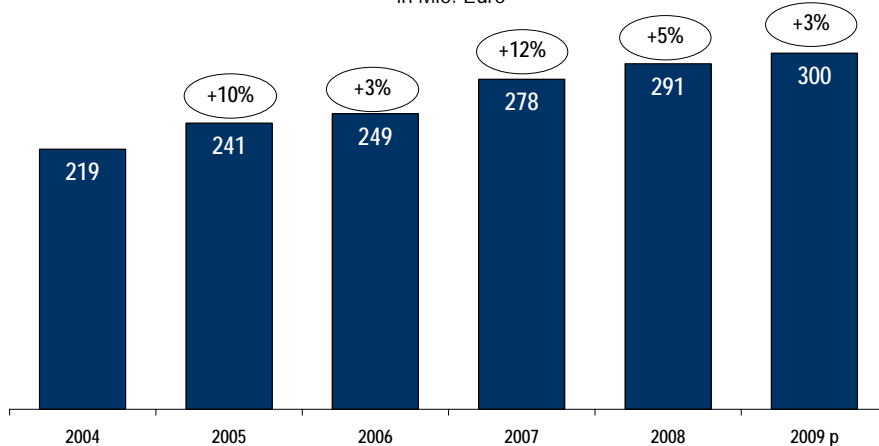


## Deutsche geben mehr für Baby- und Kleinkindspielzeug aus Bei den Kleinsten wird nicht gespart

Die Deutschen investieren beim Spielzeugkauf zunehmend in Qualität, Marke und Sicherheit. So gaben sie in 2008 trotz weniger Kindern und allgemeiner Krisenstimmung immerhin 5 % mehr für Baby- und Kleinkindspielzeug aus als noch im Vorjahr. Insgesamt wurde Kindern in den ersten drei Lebensjahren Spielzeug für 291 Mio. Euro (2007: 278 Mio. Euro) geschenkt. Auch im ersten Halbjahr 2009 konnte die Branche an diese gute Entwicklung anknüpfen. Und wenn Eltern und Großeltern weiter in Spenderlaune bleiben, könnte auch 2009 mit einem Umsatzplus von mindestens 3 % und rund 300 Mio. Euro Umsatz bei Baby- und Kleinkindspielzeug abschließen.

Quelle: eurotoys/npd group /  
2009: BVS-Prognose

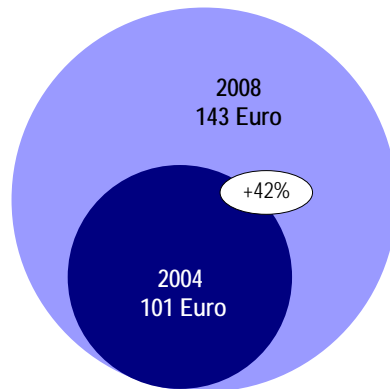
Spielzeugausgaben in Deutschland  
in den ersten 3 Lebensjahren  
in Mio. Euro



„Auch in der Krise erfreuen sich die Deutschen an strahlenden Kinderaugen und schauen beim Spielzeugkauf nicht aufs Geld“, so der BVS-Vorsitzende Wieland Sulzer. „Lieber gut als viel schenken - ist das neue Motto beim Spielzeugkauf für die Kleinsten. Qualität, Marke und Sicherheit werden den Deutschen immer wichtiger und so geben sie inzwischen für die Kleinsten - auf alle Geschenkanklässe gerechnet - durchschnittlich 143 Euro für Spielzeug aus. Vor 4 Jahren waren es erst 101 Euro.“ Und das Wachstumspotenzial für Spielwaren der Altersgruppe von 0-3 ist noch nicht ausgeschöpft und neue Märkte können noch erschlossen werden. Der Kölner Fachverband begrüßt deshalb, dass die Kölner **Kind + Jugend** dem Aufschwung im Spielwarenbereich Rechnung getragen hat, indem das Hallenangebot in diesem Jahr erweitert wurde. Nach Ansicht des Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels (BVS) ist die **Kind + Jugend** im Sortiment Baby- und Kleinkindspielzeug eine gute Plattform für den Einzelhandel, um neue Geschäftskontakte zu knüpfen und Produktinnovationen „aufzunehmen“.

PRESS  
SEM  
ITTE  
IL  
UNG

## Baby- und Kleinkindspielzeug immer beliebter (Ausgaben pro Kind in den ersten 3 Lebensjahren)



Quelle: eurotoys/npd group / Stat. Bundesamt / Eigene Berechnungen

## Verkaufsschlager Markenspielzeug

Ob Geburt, Taufe oder Weihnachten - besonders in den ersten Lebensjahren werden Kinder in Deutschland immer reichhaltiger beschenkt. Gerade Eltern und Großeltern können dabei vielfältig eigene Akzente setzen, so Sulzer. „*Ob Design oder Spielspaß - was Babys und Kleinkinder begeistern soll, muss zuallererst die Erwachsenen überzeugen, denn sie wählen das Geschenk im Geschäft aus. Wenn die Kinder dann größer sind, schicken sie dann die Erwachsenen mit ihren Wunschlisten ins Geschäft.*“ Produkt-Megatrends der aktuellen Saison sind Bewegungsspielzeug, Lernspielzeug und Babyplüsch. Und worin liegen die **Erfolgsgeheimnisse bei den Megatrends?**

- **Bewegungsspielzeug:** Auch Kleinkinder lieben es zu fahren. Seit Mitte der 90er Jahre schulen zusätzlich Laufräder (ab 2 Jahre) den Gleichgewichtssinn der Zwei- und Dreijährigen und machen damit das Fahrradfahren-Lernen leicht. Heute wächst fast kein Kind mehr ohne Laufrad auf.
- **Plüschtiere:** Sympathische Charaktere erobern schon die Herzen der Erwachsenen im Geschäft und überzeugen zusätzlich durch das kuschelweiche Anfassgefühl.
- **Lernspielzeug:** Babys wollen jeden Tag etwas Neues entdecken. Ob Entdeckerwürfel oder Knisterbuch - Babys Abenteuerlust kann immer wieder neu angeregt werden.

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

Der BVS vertritt die Interessen des Einzelhandels der Fachbereiche Spielwaren, Kinderwagen, Korbwaren, Freizeitbedarf/-artikel, Hobby/Basteln, Modellbahnen, Modellbau, Videogames/konsolen 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>