

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Ticketverkauf zur Spielwarenmesse beginnt

Am 16. November startet der Ticketverkauf zur Spielwarenmesse 2023. Damit sichern sich Fachbesucherinnen und Fachbesucher ihren Zutritt zu dem Weltleiterevent der Branche, für das sich bereits Aussteller aus 66 Ländern angemeldet haben. Vom 1. bis zum 5. Februar erwacht der Spirit of Play im Nürnberger Messegelände zum Leben. Die ToyTrends und Neuheiten der kommenden Saison, innovative Startups und bekannte Marken sowie die Vermittlung von Toy-Know-how schaffen Inspirationen für den gesamten Markt. Die Tagestickets und Dauerkarten sind ausschließlich online unter www.spielwarenmesse.de/tickets erhältlich. Die Informationen zur Anreise und zur Unterkunft sind jeweils unter www.spielwarenmesse.de/anreise und www.spielwarenmesse.de/unterkunft zu finden. Die Networking Plattform Spielwarenmesse Digital ist ab Januar 2023 dauerhaft nutzbar: <https://digital.spielwarenmesse.de>. Der Download der App für iOS und Android ist verfügbar unter <https://www.spielwarenmesse.de/app>.

WM-Studie 2022: Kauflust der Fans niedrig wie nie zuvor

Im Vergleich zur WM 2018 hat die Kauflust der Fußball-Fans deutlich abgenommen: Für Unternehmen lohnt sich bei dieser WM das teure Engagement als Sponsor kaum. Außerdem erwarten mehr Deutsche denn je von offiziellen Sponsoren der WM 2022 in Katar, dass diese sich auch in sozialer und gesellschaftlicher Art engagieren. Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Fußball-WM-Studie von Marketing-Experte Markus Voeth von der Universität Hohenheim in Stuttgart. Die Studie basiert auf einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage unter 1.000 Personen in Deutschland zu den Themen sportliche Erwartungen, Sponsoring und Sport-Vermarktung, Medienwirksamkeit sowie Politik. Bei der aktuellen Umfrage handelt es sich um die zehnte WM-Studie seit 2001. Im Vergleich zu den Weltmeisterschaften 2018 und 2014 war die Zahlungsbereitschaft



der Deutschen für Fanartikel der deutschen Nationalelf bzw. zur WM nie geringer: Sie sank bei allen Befragten von durchschnittlich 12,52 Euro bei der WM 2014 und 17,83 Euro bei der WM 2018 auf durchschnittlich 10,79 Euro bei der diesjährigen WM.

U.S.-Spielwarenmarkt steigert Umsatz im 3. Quartal um 4 %

Nachdem Target seine Ergebnisse für das dritte Quartal bekannt gegeben hat und auf den erwarteten Aufschwung der Nachfrage nach Spielwaren für das Weihnachtsgeschäft hinwies, sind nun neue Daten der npdgroup für das dritte Quartal bekannt geworden. Der US-Spielwarenmarkt verzeichnete im 3. Quartal einen Anstieg des Gesamtumsatzes um 4 % bei einem Anstieg der Stückzahlen um 1 %. Der durchschnittliche Verkaufspreis von 11,47 US-Dollar stieg im dritten Quartal um 3 %. In den ersten neun Monaten des Jahres 2022 stieg der Umsatz des US-Spielwarenmarktes um 3 %, während die Stückzahlen um 3 % zurückgingen und der durchschnittliche Verkaufspreis um 6 % stieg.

<https://toybook.com>

Die EK Passion Stars 2022 sind an Ort und Stelle

Nach der offiziellen Verleihung der EK Passion Stars auf der EK LIVE im September ist die faktische Übergabe der begehrten Handels-Awards an die glücklichen Gewinner jetzt abgeschlossen: Die Fachjury und jeweils ein Mitglied des EK Vorstandes hatten es sich nicht nehmen lassen, die stillvolle Auszeichnung persönlich zu überbringen. Die Ziele lagen in Paderborn (NW), Marbach (BW), Bad Neustadt a. d. Saale (BY) und im niederländischen Assen. In Paderborn freute sich Astrid Hunstig, Inhaberin von HappyBaby Hunstig, über den Besuch aus Bielefeld. Ihren Passion Star für passionierten Wagemut hat sich die Unternehmerin nach Ansicht der Jury besonders damit verdient, dass sie im familiären Baby-Fachgeschäft bereits 1998 visionär mit einem Online-Shop gestartet war und allen Widerständen zum Trotz auch digital keinen Zentimeter von ihrem Weg abgewichen ist. Der Passion Star für atemberaubenden Unternehmergeist ging an Markus Schneider: Der Inhaber der Buchhandlung Taube in Marbach und Waiblingen begeistert mit einem wahren Feuerwerk an kreativen Ideen. Um die Lust am Lesen zu wecken und dauerhaft aufrechtzuhalten, organisiert der Buchhändler aus Leidenschaft Lesungen bei im Ort ansässigen Geschäftsleuten ganz anderer Branchen und öffnet so Horizonte. In der niederländischen Stadt Assen hat der Passion Star für Einkaufskultur der Superlative den richtigen Platz gefunden. Genauer gesagt, im 1897 gegründeten Warenhuis Vanderveen. Der Prachtbau verbindet in Perfektion alte Bausubstanz mit modernen architektonischen Elementen.



Micki jetzt auch im stationären Handel in Deutschland

„Nachdem wir uns auf dem deutschen Markt digital gut aufgestellt haben und Kunden uns auf verschiedenen E-Com Plattformen finden können, war es unser Ziel, Micki auch in dem so wichtigen stationären Handel zu verstärken. Die Tür zu einer deutlich besseren Verfügbarkeit ist mit VEDES und der EK/Servicegroup damit geöffnet worden“, so Ase Thelander Exportmanagerin bei Micki. Micki wurde 1944 in Schweden gegründet und entwickelt seitdem qualitativ hochwertiges Spielzeug für die eigenen Marken wie Micki, Lundby und Rubens Barn, aber auch für populäre Charaktere wie Pippi Langstrumpf.

VTech gibt solide Zwischenergebnisse für 2022/2023 bekannt

Die VTech Holdings hat ihre Ergebnisse für die sechs Monate bis zum 30. September 2022 bekannt gegeben. Sie zeigen höhere Umsätze und Gewinne, da sich die Materialversorgung und die Bruttomarge verbessert haben. Der Konzernumsatz stieg in den sechs Monaten auf 1.164,8 Mio. US-Dollar, ein Plus von 4,5 % gegenüber 1.114,8 Mio. US-Dollar im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Höhere Umsätze in Nordamerika und Asien-Pazifik glichen geringere Umsätze in Europa und anderen Regionen aus. Der Umsatzanstieg ist teilweise darauf zurückzuführen, dass einige Lieferungen an wichtige Märkte vorgezogen wurden, um logistische Verzögerungen zu vermeiden. Der Konzernumsatz in Europa ging in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2023 um 3,2 % auf 470,4 Mio. US-Dollar zurück, obwohl Europa mit einem Anteil von 40,4 % am Konzernumsatz weiterhin der zweitgrößte Markt für VTech ist.

<https://toyworldmag.co.uk>

[Pressemitteilung](#) (englisch)

Schleich führt Cradle to Cradle Kreislaufwirtschaft ein

Der Spielzeughersteller Schleich hat sich zum Ziel gesetzt, seine Spielzeuge nachhaltiger herzustellen. „Unser Ziel ist es, nur noch nachhaltige Materialien zu verwenden. In einem ersten Schritt werden bis Ende 2027 alle unsere Figuren recycelbar oder biologisch abbaubar sein. Außerdem arbeiten wir intensiv daran, recyceltes oder biobasiertes Material für die zukünftige Produktion unserer Spielzeuge zu finden“, erklärt Schleich CEO Dirk Engehausen. Darüber hinaus arbeitet Schleich stetig daran, seine Wertschöpfungskette zu regionalisieren und Transportrouten zu verkürzen, um so den negativen ökologischen Fußabdruck zu verringern. Produkte sollen zukünftig hauptsächlich dort produziert werden, wo sie verkauft werden. Dies bedeutet auch, weitere Teile der Produktion nach Europa zu verlagern.



Mattel feiert den 40. Geburtstag von Masters of the Universe

Mattel feiert weltweit den 40. Geburtstag von He-Man und den anderen Masters of the Universe und Evil Warriors, Man-At-Arms, Teela, Skeletor, Evil-Lyn und Beast Man. „Wir freuen uns so sehr, das 40-jährige Jubiläum von Masters of the Universe zu feiern. Die Marke He-Man und alles, wofür sie steht - einschließlich der Grundsätze von Mut, Heldentum und Freundschaft - sind für Kinder wichtiger denn je“, sagte PJ Lewis, Vice President Global Marketing Portfolio Leader bei Mattel. Es ist 40 Jahre her, dass He-Man zum ersten Mal verkündete: „Ich habe die Kraft!“ und das Ensemble der Masters of the Universe ihren Kampf gegen den bösen Skeletor in die Spielzeug- und Actionfigurenwelt einführte. Im Jahr 1982 wurde die MOTU-Marke in den USA ins Leben gerufen und kam ein Jahr später auch auf den deutschen Markt.

HDE-Delegiertenversammlung hat gewählt: Alexander von Preen ist neuer HDE-Präsident

Die Delegierten der Einzelhandelsorganisation haben mit großer Mehrheit Alexander von Preen zum neuen Präsidenten des Handelsverbandes Deutschland (HDE) gewählt. Damit folgte die Versammlung aus Handelsunternehmerinnen und -unternehmern einem entsprechenden Vorschlag des HDE-Vorstandes aus dem Juni dieses Jahres. Zuvor hatte der bisherige Verbandspräsident Josef Sanktjohanser nach 16 Jahren Amtszeit seinen Rückzug verkündet. Der 57-Jährige ist seit 2018 CEO der INTERSPORT Deutschland eG. Davor war er als Geschäftsführer und Equity Partner mehr als 20 Jahre für die internationale Managementberatung Kienbaum Consultants International GmbH tätig. Der bisherige Präsident Josef Sanktjohanser hatte zuvor angekündigt, nach 16 Jahren nicht mehr zu kandidieren. Von Preen und die gesamte Einzelhandelsorganisation würdigten das große persönliche Engagement Sanktjohansers für die Branche.

Carol Rapp zusätzliche Geschäftsführerin für die SPIEL

Der Friedhelm Merz Verlag, eine Tochtergesellschaft der Spielwarenmesse eG, erhält personellen Zuwachs: Die beiden bisherigen Geschäftsführer Dominique Metzler und Florian Hess freuen sich auf die Unterstützung durch Carol Rapp als zusätzliche Geschäftsführerin. Ab dem 15. November wird sie für die Organisation und Weiterentwicklung der Internationalen Spieltage SPIEL mitverantwortlich zeichnen. Mit ihrer langjährigen Erfahrung in Managementpositionen der Brettspielbranche soll Rapp an die bisherige positive Entwicklung der SPIEL anknüpfen und auch neue Impulse setzen.



Weitere Fachinformationen im Abonnement:



Spielinfo : Brancheninformationsdienst für Spielzeug, Freizeitartikel, Videospiele, Baby- und Kinderausstattung

Hinweise zum [DATENSCHUTZ](#).

BVS Chef-Info
in Zusammenarbeit mit der Spielwarenmesse eG
Chefredakteur: Harald Hemmerlein
Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V.
An Lyskirchen 14 – 50676 Köln
Tel +49 221 27166-0
Fax +49 221 27166-20
bvs@einzelhandel-ev.de
www.bvspielwaren.de
www.spielwarenmesse.de