

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Spielwarenumsätze in den USA stiegen im ersten Halbjahr 2020 um 16%

Daten der npdgroup zeigen einen deutlich Anstieg der Spielwarenumsätze in den USA im ersten und zweiten Quartal um 16 % gegenüber dem Vorjahresquartal, der auf die Coronakrise und das gute Wetter zurückzuführen ist. Während der Januar unverändert blieb und der Februar leicht zurückging (-2 %), stieg der Umsatz im März, in dem eine Reihe von Restriktionen in Kraft traten, um + 16 %. Das Wachstum setzte sich im April und Mai mit + 22 % beziehungsweise + 37 % fort und verlangsamte sich dann im Juni leicht, obwohl der Zuwachs mit + 19 % weiterhin hoch ist. Die vorübergehende Schließung von Kinos und die daraus resultierende Verschiebung einiger wichtiger Filmveröffentlichungen haben sich auf die Kategorie Actionfiguren ausgewirkt, die als einzige Superkategorie nicht vom Umsatzanstieg von der Coronakrise profitiert hat. Die Online-Spielzeugverkäufe in den USA sind während der Pandemie ebenfalls gestiegen. Laut Adobe Analytics wurden in den ersten sechs Monaten des Jahres über 368,8 Mrd. USD online für Spielzeug ausgegeben, 77 Mrd. USD mehr als erwartet. <https://toyworldmag.co.uk>

Pro-Bono-Initiative „Händler helfen Händlern“

Unter dem Dach der Initiative „Händler helfen Händlern“ hat Rose Bikes Geschäftsführer Marcus Diekmann mit der Babyfachmarktkette BabyOne und dem Shopsoftware-Hersteller Shopware während des Shutdowns in der Corona-Krise den lokalen Online-Marktplatz „Downtown“ entwickelt, über den gerade kleine und mittelständische Händler in Zukunft online kostenlos verkaufen können. Der Shutdown während Corona machte mehr als deutlich: Ohne eine Digitalstrategie kann der stationäre Handel auf Dauer nicht überleben. Doch erfolgreich einen eigenen Online-Shop zu bauen und anschließend zu vermarkten, ist gerade für kleine und mittelständische Händler finanziell kaum mehr darstellbar.



Markt für Spiele-Apps wächst um 22 Prozent

Der Markt für Spiele-Apps in Deutschland konnte auch 2019 sein starkes Wachstum fortsetzen: Im Vergleich zum Vorjahr wurden mit dem Kauf von Apps und In-App-Käufen 22 Prozent mehr umgesetzt. Damit wuchs der Markt für Spiele-Apps auf rund 1,8 Milliarden Euro. Das gab heute der game – Verband der deutschen Games-Branche auf Basis von Daten des Marktforschungsunternehmens App Annie bekannt. Danach ging der Marktanteil von Spiele-Apps, die gekauft werden, weiter zurück: Dieser Teilmarkt verkleinerte sich um 13 Prozent auf 13 Millionen Euro. Per Kauf erworbene Spiele-Apps stehen damit für nicht einmal mehr 1 Prozent des Marktes. Der Umsatz mit In-App-Käufen ist dagegen weiter stark gestiegen: Dieser Teilmarkt ist um 23 Prozent auf rund 1,8 Milliarden Euro gewachsen. Vor allem Free-to-Play-Spiele setzen auf In-Game-Käufe. Solche Titel können kostenfrei heruntergeladen und gespielt werden. Lediglich für zusätzliche Inhalte, etwa um die eigene Spielfigur zu individualisieren, können die Spielerinnen und Spieler Geld ausgeben. Free-to-Play-Spiele sind auf Smartphones und Tablets besonders erfolgreich. Das Smartphone ist mit 19,5 Millionen Nutzerinnen und Nutzern die beliebteste Spieleplattform in Deutschland. 11,3 Millionen Menschen nutzen zudem ihr Tablet zum Spielen.

IKEA hat bald sein eigenes LEGO-Spielzeug

LEGO und IKEA haben gemeinsam ein Produkt erarbeitet, das bald in vielen deutschen Kinderzimmern Platz finden könnte. Vor kurzem kündigte LEGO eine Zusammenarbeit mit dem schwedischen Möbelhaus IKEA an. Jetzt wurde bekannt, was das konkret heißt. Es gibt ein neues Produkt mit dem Namen „Byggle“. In der Beschreibung zum Produkt heißt es: „Dies ist nicht nur eine einfache Schachtel mit einem Deckel – dies ist eine Schatzkiste voll verlockender Spielideen; ein Haus, das du möblieren kannst; eine Treppe, ein Bausatz für Kreative. Und noch viel mehr, wenn du willst.“ Wann genau die Boxen offiziell verkauft werden, ist nicht bekannt. Es wird allerdings damit gerechnet, dass sie ab August in den Regalen und ab Oktober auch online zur Verfügung stehen. <https://www.giga.de/>

Asmodee sagt personelle Teilnahme an allen Großevents für 2020 ab

Asmodee Deutschland hat sich entschieden, für das gesamte Jahr 2020 die Teilnahme von Mitarbeitern von Asmodee bei Großevents und Veranstaltungen abzusagen. Auch wenn das Covid-19-Ansteckungsrisiko durch ausgefeilte Hygienekonzepte minimiert wird, sieht die Firma die Gefahr für die Mitarbeiter bei großen Spielveranstaltungen mit vielen Besuchern als zu hoch an. Der Schutz seiner Beschäftigten sowie die Unterstützung der



Verlangsamung der Infektionsrate stehe für das Unternehmen an erster Stelle. Nicht betroffen sind Veranstaltungen, die in Spieläden oder anderen, kleinen Locations mit wenigen Besuchern durchgeführt werden. Locations, wie Spieläden und Brettspielcafés, die nur eingeschränkte, stark geregelte und einzeln erfasste Besucher zulassen, wird Asmodee weiterhin mit verkaufsunterstützenden Promotern ausstatten. Dazu zählen auch die einzelnen Verkaufsaktionen, die im Rahmen der digitalen SPIEL stattfinden.

Mattel berichtet über das zweite Quartal 2020

Mattel, Inc. meldet für das zweite Quartal 2020 eine Umsatzsteigerung von 3% in Nordamerika und einen Rückgang von 33% auf den internationalen Märkten. Insgesamt ging der Umsatz im zweiten Quartal um 15% zurück. Der Umsatz von Mattel ist seit Jahresbeginn um 15% gesunken, während die Umsätze der US-amerikanischen Spielwarenindustrie insgesamt um 16% gestiegen sind. [Pressemitteilung](#) (englisch)

Heidi Produktrange von Zapf Creation ab August im Handel

Ab August 2020 wird die komplette Produktrange von Zapf Creation zur Marke Heidi im Handel erhältlich sein. Zapf Creation und Rechteinhaber Studio 100 Media unterstützen den Produktlaunch mit Marketingmaßnahmen. Zapf Creation wird im September und Oktober non-lineare TV-Werbung und zeitgleich Anzeigen in den relevanten Eltern-Magazinen platzieren. Außerdem gibt es zum Launch der Produkte ein Heidi Display, das alle Produkte verkaufsfördernd präsentiert und einen Flyer enthält, der die Produkte im Einzelnen vorstellt. Noch im Juli startet ein Gewinnspiel inklusive Trailing auf Studio 100s hauseigenem TV Sender Junior TV bei Sky mit Verlängerung in die sozialen Medien. Die Produkte werden in der zweiten Jahreshälfte den Verbrauchern im offiziellen Heidi Magazin von Panini vorgestellt und in Social Media Aktionen präsentiert. Zapf Creation bringt insgesamt fünf Produkte heraus. Eine Heidi-Weichpuppe mit Talkback-Funktion, 30 cm groß, zwei kuschelige Heidi- und Peter-Weichpuppen, 30 cm groß, und zwei Kuscheltiere, den Bernhardiner Josef (20 cm) und eine Ziege (15 cm). Die Puppen sind in einem völlig neuen Produktionsverfahren hergestellt. So erhalte die Puppe ein natürliches Aussehen und bleibe dabei weich und kuschelig. Da die Puppen Schuhe aus Kunststoff tragen, können sie stehen. Studio 100 Media und Zapf Creation haben eine umfangreiche, internationale Lizenzvereinbarung zu „Heidi“ (CGI) geschlossen. Die mehrjährige Vereinbarung umfasst zunächst die Rechte im deutschsprachigen Raum, Frankreich, UK und Irland, Russland, Polen, Skandinavien, Benelux, der Tschechischen und der Slowakischen Republik.

**Weitere Fachinformationen im Abonnement:**

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

... und tagesaktuell per Twitter: www.twitter.com/bvs_ev

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