

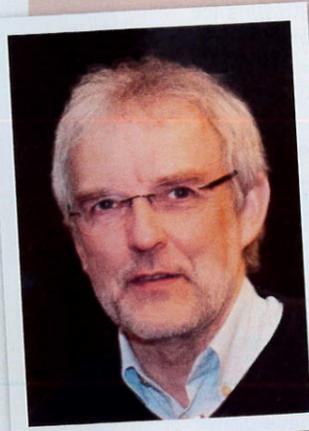
SEGEL GESETZT

Die Kapitäne der Handelsgruppen beschreiben, welche unternehmerischen Herausforderungen sie 2021 meistern.

„Neue Weichen gestellt“

Das Corona-Jahr 2020 hat uns als Spielwaren-Fachhandel vor große Herausforderungen gestellt. Die Geschäfts-schließungen und das da-durch verlorene Oster- und Weihnachtsgeschäft waren eine massive Benachteiligung, die sich nicht wieder auffangen lässt. Trotz dieser widrigen Bedingungen ist es vielen Händlern durch ein großes Maß an Flexi-bilität und Engagement gelungen, den Draht zum Kunden zu halten. Aus-gefeilte Hygienekonzepte, Lieferservices, gesonderte Öffnungszeiten & Co. haben es möglich gemacht. Corona hat somit auch dazu geführt, das eigene

Geschäftsmodell zu überdenken, die Digitalisierung voranzutreiben und neue Weichen zu stellen. Davon werden wir auch in 2021 profitieren.



WIELAND SULZER
BVS-Vorsitzender



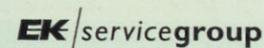
„Starker Fachhandel. Von Herzen gern.“

Reagieren reicht nicht: Deshalb werden wir unsere Händler weiter konsequent beim Ausbau ihrer Markt-gestaltungskompetenz unterstützen. Aktuell ist die individuelle Kundenorientierung dabei wichtiger denn je. Hier tragen wir mit der Kampagne „Starker Fachhandel. Von Herzen gern.“ die großen Qualitäten des Einzelhandels nach außen.

Der Babyfachhandel wird außerdem vom Zusammen-schluss der EK/service-group mit BabyPlus profitieren. Gleichzeitig stärken wir die digitale Sichtbarkeit aller Händler, die auch nach der Corona-Krise gut bei den Shoppfern ankommen wird!



JOCHEN POHLE
Bereichsleiter der
EK Business Unit EK Home



„Wer auch online kann, kommt deutlich besser durch die Krise“



Die Corona-Pandemie hat die ohnehin angespannte Situation im Handel weiter verschärft. Es zeigt sich glücklicherweise, dass sich die Spielwarenbranche in der Krise im Vergleich zu anderen Handelsbranchen als robust erweist. Allerdings haben krisenbedingt viele Verbraucher ihr Konsumverhalten inzwischen drastisch verändert und kaufen verstärkt im Internet – zu Lasten des stationären Fachhandels. Von Seiten der VEDES werden wir alles tun, um unsere stationären Handelspartner weiter bei der Digitalisierung ihrer Unternehmen und Geschäftsprozesse zu unterstützen. Die Verbindung von stationärem und Online-Handel im Wege einer digitalen Shop-Lösung ist entscheidend für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit des Spielwarenfachhandels. Als Omnichannel-Plattform im B2B2C der europäischen Spielwarenbranche bietet die VEDES ein breites Serviceportfolio an, um ihre Handelspartner in diesen schwierigen Zeiten kompetent zu begleiten.

DR. THOMAS MÄRTZ
Vorstandsvorsitzender VEDES AG



„Weiter Kurs halten in schwierigen Zeiten“

Niemand konnte vorhersehen, was in 2020 alles passiert. In der Hoffnung, dass 2021 ruhiger wird, werden wir mit der bewährten Strategie weitermachen: Langsam auf Sicht fahren, um schnell auf Änderungen reagieren zu können. Sollten sich Chancen ergeben, wollen wir diese nutzen und investieren weiter. Das Jahr wird aber gleich mit einer großen Bürde starten: Nicht nur die Spielwarenmesse ist verschoben, auch das wichtige Faschingsgeschäft entfällt wohl vollständig. Zumindest besteht die Hoffnung, dass das Ostergeschäft stattfindet und durch die Plattformhaftung wieder mehr Umsatz im sichtbaren Bereich der Branche bleibt.



MICHAEL FUCHS
Vorsitzender der Geschäftsführung



DER BVS: FRAGEN UND ANTWORTEN

Wie wird man Mitglied?

Grundsätzlich wird man Mitglied vor Ort im regionalen Einzelhandelsverband und profitiert dann zusätzlich von allen Leistungen der gesamten Organisation, ob in branchenpolitischen Fragen der Fachverbände oder bei der Interessenvertretung im Bundesland, im Bund oder in Europa.

Wer kann Mitglied im BVS werden?

Mitglieder des BVS sind die Landesverbände. Der Einzelhändler erwirbt seine Mitgliedschaft im regionalen Einzelhandelsverband und ist damit automatisch berechtigt, die BVS-Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen.

Welche Vorteile hat eine Mitgliedschaft in der Einzelhandelsorganisation?

Schon mit einer arbeitsrechtlichen Beratung und kostenlosen Prozessvertretung vor Ort macht sich der Mitgliedsbeitrag bezahlt. Das Leistungsspektrum der Organisation ist äußerst vielfältig und reicht von der lokalen, regionalen und überregionalen Interessenvertretung über ein umfassendes Informations- und Beratungsangebot bis hin zur Vermittlung kostengünstiger Dienstleistungen. Landes- und Regionalverbände sind dabei echte Dienstleister für die Mitglieder.

Wollen Sie Mitglied im BVS werden?

Kein Problem: Wir nennen Ihnen den Kontakt vor Ort!



DER VORSTAND DES BVS besteht aus namhaften Fachhändlern, die Politik und Tagesgeschäft des Verbandes ehrenamtlich aktiv gestalten (v.l.n.r.): Wieland Sulzer (Vorsitzender), Rainer Wiedemann, Manon Motulsky, Michael Zapf, Horst-Daniel Ravenstein.

„Wachstumschancen nutzen“

In 2021 gilt es für Spiele Max, weiter zielgerichtet weiße Flecken auf der Filial-Landkarte zu schließen. Mindestens 10 Neueröffnungen unserer diversen Spiele Max Store-Konzepte sollen durch die Weiterentwicklung neuer Geschäftsfelder sowie Kooperationen innerhalb der Branche flankiert werden. Unser Webshop „spielemax.de“ wird um zusätzliche E-Commerce-Konzepte ergänzt. Einen wesentlichen Schwerpunkt wird die zukünftig stärkere Lieferantenkonzentration bilden. Wachstumsfelder werden wir dabei mit jenen Geschäftspartnern und Lieferanten bearbeiten, die sich im Pandemie-Jahr 2020 durch Fairness, Solidarität und kooperatives Handeln uns und anderen stationären Fachhändlern gegenüber ausgezeichnet haben. Unserer Ansicht nach ist nachhaltiger Erfolg von Herstellermarken nur durch eine professionelle Präsenz am stationären PoS aufrechtzuerhalten. Die von einzelnen Lieferanten praktizierte einseitige Fokussierung auf Amazon mag kurzfristigen Erwägungen folgen, aber wird langfristig nicht zum Erfolg führen. Spiele Max ist gern Partner für Lieferanten, die mit langfristig strategischem Blick den Wert einer stationären Präsenz erkennen und würdigen. Mehr als dankbar sind wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die auch im Covid-Jahr 2020 mit hohem Engagement und viel Eigeninitiative täglich das Bestmögliche erreicht haben.

FALK SIEGMUNDT
Vorsitzender der Geschäftsführung / CEO SPIELE MAX



„Corona ist ein Digitalisierungsbooster für den Handel“



Corona ist die größte Herausforderung, die der Handel je erlebt hat, und beschleunigt den digitalen Wandel massiv. Wir bei BabyOne befinden uns mitten im Transformationsprozess – organisatorisch wie kulturell. Wir investieren massiv in das Thema Omnichannel und rücken den Kunden noch stärker in den Mittelpunkt unseres Tuns. Das bedeutet konkret: unsere stationären Fachmärkte in ihrer Beratungskompetenz stärken und die Zielgruppe über digitale Kanäle für unsere Marke begeistern.

DR. ANNA WEBER, DR. JAN WEISCHER
Geschäftsführer BabyOne



„Partnerschaft auf Augenhöhe“

Auch 2021 werden wir unser Partnerprogramm konsequent weiter ausbauen. Dabei ist uns eine partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe sehr wichtig. Um eine optimale Kooperation mit Herstellern und Händlern zu gewährleisten und unsere Lieferanten bestmöglich zu unterstützen, haben wir deshalb erweiterte Prozess- und Qualitätsstandards eingeführt. Unser Ziel ist es, mittelfristig 3.000 neue Partner anzubinden, um unseren Kund*innen zukünftig eine noch größere Auswahl an Familienprodukten zu bieten.

MARTIN SCHIERER
Vorsitzender der Geschäftsführung
myToys.de GmbH



BVS-LANDESVERBÄNDE

Die Landesverbände vertreten die Interessen des Einzelhandels gegenüber dem Gesetz- und Ordnungsgeber auf der Ebene der jeweiligen Bundesländer, der Handelsverband Deutschland (HDE) in Berlin und Brüssel. Der Regionalverband ist für seine Mitgliedsunternehmen der zuständige und kompetente Ansprechpartner vor Ort. Die HDE-Landesverbände sind ordentliche Mitglieder des BVS.

- Handelsverband Baden-Württemberg e.V., Stuttgart
- Handelsverband Bayern e.V. (HBE), München
- Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V. (HBB), Berlin
- Handelsverband Mitte, Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland e.V., Wiesbaden

- Handelsverband Mitteldeutschland e.V., Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Dresden
 - Handelsverband Niedersachsen-Bremen e.V. (HNBB), Hannover
 - Handelsverband Nord e.V., Hamburg, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Kiel
 - Handelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Düsseldorf
- Mehr unter www.einzelhandel.de

KONTAKT
Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V.
Telefon: +49 (0) 221 27166-0
bvs@einzelhandel-ev.de
www.bvspielwaren.de



„Chancen der Pandemie!“



2020 haben wir aufgrund unserer Dachmarkenstrategie die Marketingausgaben gegenüber den Vorjahren gesteigert – trotz oder gerade wegen der Corona-Pandemie. Unser neuer Online-Marktplatz hat tolle Wachstumsraten erzielt, eine Vielzahl von Händlern hat davon profitiert. Die Kommunikation wurde in einem atemberaubenden Tempo an das geänderte Kundenverhalten angepasst und digitalisiert, Werbemedien wurden teilweise umgestaltet oder gleich komplett neu erfunden.

All das hätte ohne die Veränderungen aufgrund der Corona-Pandemie nicht in diesem Tempo stattfinden können. Darin sehen wir große Chancen, die wir 2021 nutzen werden, indem wir Innovationen und Prozesse weiter vorantreiben und professionalisieren.

ANDREAS SCHÄFER
Geschäftsführer idee+spiel



„30 Jahre duo schreib & spiel“



Im Geschäftsjahr 2021 wird duo schreib & spiel sein 30. Jubiläum feiern. Dazu werden umfangreiche Omnichannel-Kampagnen zur Unterstützung der duo-Anschlusshäuser umgesetzt. Auch finanziell wird duo seine Gesellschafter unterstützen. Dazu wurde vom Beirat und der Geschäftsführung der duo Sonder-Jubiläumsbonus beschlossen, wodurch duo Anschlusshäuser eine Ausschüttung von bis zu 3,05 % Nettobonus erhalten werden. Zusätzlich wird duo auch im Geschäftsjahr 2021 die Kosten der Zentralregulierung übernehmen und so den angeschlossenen Handel um 0,8 % entlasten.

THORSTEN PAEDEL
Geschäftsführer duo schreib & spiel



SPIELWARENHERSTELLER ZWISCHEN HOFFEN UND BANGEN

Die Spielwarenindustrie zeigt sich nach einem Rekordjahr für den deutschen Spielwarenmarkt mit einem Umsatzplus von rund 9 % **verhalten optimistisch** hinsichtlich der Erwartungen für 2021.

Die zweite Infektionswelle sowie der erneute Lockdown hat die Stimmungslage eingetrübt. 44 % der Hersteller erwarten leichte bis starke negative Effekte auf das Geschäftsjahr 2021. Negative Auswirkungen erwarten auch 44 % der Befragten durch die Verschiebung der Spielwarenmesse. Das sind die zentralen Ergebnisse der 3. DVSI Corona-Umfrage unter Spielwarenherstellern von Mitte Februar.

Die Coronapandemie hat nicht nur in der deutschen Wirtschaft psychologische Spuren hinterlassen, sondern auch in der erfolgsverwöhnten Spielwarenbranche. Zeigte sich die Mehrheit der Befragten bei der ersten DVSI Corona-Umfrage

von März 2020 noch optimistisch über den weiteren Geschäftsverlauf, erwarten zehn Monate später 50 % der Befragten leichte bis starke negative Effekte – trotz eines zurückliegenden Boomjahres. Vor allem Anbieter aus der Mehrbranchengruppe (80 %) und Holzspielwaren/Kunsthandwerk (60 %) glauben das. Der DVSI glaubt, die Gründe dafür zu kennen. „Gerade die Anbieter von Holzspielwaren und Trendartikeln brauchen Präsenzmessen“, sagt Ulrich Brobeil. Sie sind zudem stärker auf den stationären Handel angewiesen als große Marken, die besonders vom Online-Boom profitieren konnten.“ Laut DVSI ist es gerade der stationäre Handel, der vielen Herstellern Sorgen bereitet. Nur 7 % der Befragten erwarten, dass die Kunden wieder voll und ganz in den stationären Spielwarenhandel zurückkehren, 54 % aber, dass das nur teilweise gelingt. Mit einer Doppelstrategie soll die Misere gemeistert werden. So stehen bei 65 % der Befragten der Ausbau des Vertriebs über eigene Webshop-Lösungen und die Nutzung von Social Media (61 %) ganz oben auf der Agenda. 50 % wollen aber auch in diesem Jahr den stationären Handel unterstützen, wie sie es bereits im ersten

Lockdown durch gezielte Maßnahmen getan haben. Auf ein Rekordjahr 2020 blickt die Warengruppe Games/Puzzles zurück. Hier steigerten einige Unternehmen ihre Umsätze um bis zu 40 %. In eine ungewisse Zukunft blicken auch die Spielwarenhersteller mit Lizenzthemen. 2020 sei ein schwieriges Jahr für neue Lizenzthemen gewesen, weil diverse Kinofilme verschoben wurden oder ins Netz abwanderten. 2020 sei ein Jahr der Klassiker gewesen. Der DVSI rechnet damit, dass die Warengruppe Games/Puzzles auch 2021 ihren Höhenflug fortsetzen kann.

»Die Spielwarenbranche, in der rund 20 % des Umsatzes mit Lizenzthemen generiert wird, lebt auch von neuen Blockbustern oder der Einführung von neuen Charakteren.«

ULRICH BROBEIL
DVSI-Geschäftsführer

