

DVSI Pressemitteilung



DVSI Pressemitteilung
zur Jahrespressekonferenz
der Spielwarenbranche
in Nürnberg am 4.12.2018



DVSI Deutscher Verband
der Spielwarenindustrie e.V.



DVSİ Pressemitteilung zur Jahrespressekonferenz 2018 der Spielwarenbranche

Spielen bleibt der Deutschen liebstes Hobby – Branche ist gut aufgestellt für die Zukunft – Unternehmen sehen dem Weihnachtsgeschäft optimistisch entgegen.

Nach dem neuen DVSİ-Index von November 2018 ergibt sich ein differenziertes Bild in den verschiedenen Produktgruppen – Mehr als die Hälfte der Hersteller erwarten Umsatzsteigerung - Lizenzprodukte bleiben bedeutend für Umsatz.

Nürnberg (wg) – Spielen bleibt der Deutschen liebste Freizeitbeschäftigung. Nach Einschätzung des Deutschen Verbands der Spielwarenindustrie (DVSİ) und seiner Mitgliedsunternehmen genießt Spielen als faszinierendes Ganzjahres-Hobby weiterhin höchste Popularität bei Jung und Alt. Auch in diesem Jahr werden in den 16 Bundesländern wieder mehr als 3 Mrd. Euro für Spielwaren ausgegeben. Und das umsatzstarke Weihnachtsgeschäft steht noch vor der Tür. Die Branche blickt deshalb optimistisch in die Zukunft.

Nach der vierten repräsentativen Umfrage des DVSİ unter seinen 220 Mitgliedsunternehmen, die ganz aktuell ausgewertet wurde, erwarten die Spielwaren-Hersteller ein positives Weihnachtsgeschäft: So rechnen 35 Prozent (Vorjahr 26 %) der im **DVSİ-Index** befragten Unternehmen mit besseren Umsätzen als 2017, nur 13 Prozent befürchten ein schlechteres Geschäft.

Großunternehmen und mittelgroße Produzenten geben sich „sehr optimistisch“ oder „überwiegend positiv“, selbst die kleineren Hersteller sind für die kommenden Wochen „leicht zuversichtlich“ gestimmt.

DVSİ
INDEX

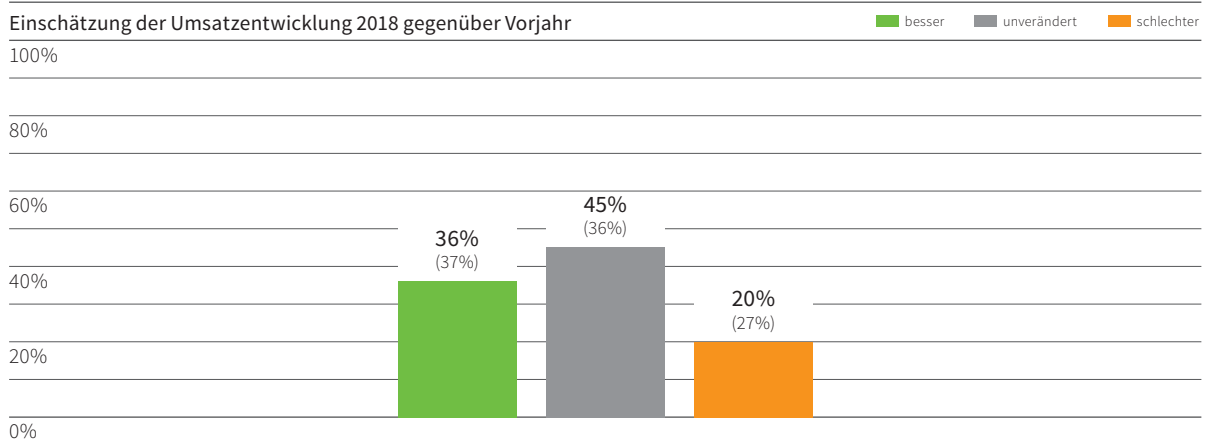
„Die Lage der deutschen Spielwarenindustrie ist konstant gut und stabil auf einem hohem Niveau. Die meisten Unternehmen sind sehr gut aufgestellt und damit auch für die Herausforderungen der Zukunft bestens gewappnet“, sagt DVSİ-Geschäftsführer Ulrich Brobeil anlässlich der Branchen-Pressekonferenz am 4. Dezember in Nürnberg. „Spielen liegt im Trend, ob analog oder digital. Und es gibt keine Altersgrenzen. Spielen erfreut Kita-Kinder genauso wie Schüler, Jugendliche, Erwachsene, Großeltern und Rentner. In Deutschland wird immer mehr und öfter und vor allem auch in allen Generationen und unabhängig vom sozialen Status gespielt“, erklärt der DVSİ-Geschäftsführer. Deshalb geht Ulrich Brobeil davon aus, dass die Branche im Jahr 2018 ihren Umsatz moderat steigern kann.



DVSI Pressemitteilung zur Jahrespressekonferenz 2018 der Spielwarenbranche



Seine optimistische Prognose stützt der DVSI-Geschäftsführer neben der positiven Einschätzung der Unternehmen zum Weihnachtsgeschäft auch auf die Umsätze im bisherigen Jahresverlauf. So steigert die Spielebranche seit Jahren zweistellig ihr Umsätze, bis zum Jahresende werden mehr als 50 Millionen Spiele verkauft sein. Auch das Geschäft mit den Spielzeug-Adventskalendern entwickelt sich positiv. Die stabilen Tendenzen der Spielwarenindustrie werden durch den **DVSI-Index** eindeutig bestätigt. „Die Branche nimmt wieder Fahrt auf“, stellt Ulrich Brobeil zufrieden fest und beruft sich auf die Einschätzung der Unternehmen. 36 % der Befragten gehen für das laufende Jahr von einer Verbesserung aus, nur 20 % von einer Verschlechterung. Konkret rechnen die Unternehmen mit einem Umsatzwachstum von 6,5 % (Vorjahr 1,0 %). Besonders gute Ergebnisse erwarten die Großunternehmen (+ 8,0 %), während kleinere Hersteller nur von einem Plus von 3,0 % ausgehen. Als Umsatztreiber sehen die DVSI-Mitglied weiterhin die Erschließung neuer regionaler Märkte (46 %), Produktinnovationen (23 %) sowie positive Entwicklungen bei etablierten Produkten (14 %).



In den verschiedenen Produktgruppen zeigt sich erneut ein differenziertes Bild. Überdurchschnittlich positiv hat sich die aktuelle Lage entwickelt bei den Mehrbranchenunternehmen sowie in den Bereichen „Textil, Plüsch und Puppen“, „Schulbedarf, Schreibwaren & kreatives Gestalten“, „Spiele, Bücher, Lernen, Experimente & Multimedia“ sowie „Technisches, edukatives und Aktionsspielzeug“. Dagegen hat sich die Stimmung bei „Modellbau/Hobby“, „Baby- und Kleinkindartikel“ sowie insbesondere im Bereich „Sport, Freizeit & Outdoor“ eingetrübt.

Nach wie vor angespannt ist die Kostensituation in der Spielwarenbranche. Größere Belastungen erwarten vor allem die mittelgroßen Hersteller, während die kleineren Produzenten sowie Großunternehmen nur leicht negativ gestimmt sind. Als große Kostentreiber werden die Personalkosten, die steigenden Einkaufspreise für Material, Rohstoffe und Energie, Investitionen für Entwicklung und IT, Transport und Logistik, der Bereich Marketing/Vertrieb/Werbung sowie sich ändernde Konditionen gegenüber Kunden und Handel gesehen.



DVSI Pressemitteilung zur Jahrespressekonferenz 2018 der Spielwarenbranche



Unternehmen erwarten positive Entwicklung in 2019

Nach den Ergebnissen des **DVSI-Index** 2018 schätzt die Hälfte der Befragten die aktuelle Situation ihres Unternehmens als sehr gut oder gut ein (Vorjahr 46 %). Nur ausreichend oder gar ungenügend sehen 20 % ihre Firma aufgestellt. Dementsprechend ist auch der **DVSI-Lageindex**, der alle Einflüsse für das laufende Jahr berücksichtigt, mit +0,02 Indexpunkten minimal besser als 2017 (-0,05).

Zeitraum	Herbst 2015	Herbst 2016	Herbst 2017	Okt./Nov. 2018	Okt./Nov. 2018	Branchentrends	
	Lage 2015	Lage 2016	Lage 2017	Aktuelle Lage 2018	Erwartete Lage 2019	Lage	Ausblick
Umsatzentwicklung	0,18	0,34	0,10	0,16	0,40	➔	⬆
Umsatzrentabilität	-0,06	0,15	-0,01	0,04	0,13	➔	⬆
Entwickl. Mitarbeiterzahl	0,12	0,15	-0,01	0,03	0,07	➔	➔
Entwicklung Kosten	-0,37	-0,15	-0,28	-0,17	-0,14	⬆	➔
DVSI-Index	-0,03	0,12	-0,05	0,02	0,12	➔	⬆

Der Index ist normiert zwischen „+1,00“ (d.h. alle sagen, es ist / wird besser) und „-1,00“ (d.h. alle sagen, es ist / wird schlechter). Ein Wert von „0“ steht für eine per Saldo unveränderte Lage bzw. Entwicklung.

Gefragt nach der künftigen Umsatzentwicklung ist die Spielwarenbranche für 2019 sehr optimistisch: 51 % der Befragten erwarten im kommenden Jahr eine bessere Entwicklung, nur 11 % rechnen mit einer Verschlechterung. Damit bleibt der seit Jahren zu beobachtende Grundoptimismus weiter auf hohem Niveau erhalten. Er hat sich gegenüber 2017 sogar noch leicht verstärkt. Vor allem Großunternehmen erwarten in 2019 eine besonders positive Umsatzentwicklung, die Einschätzungen der mittelgroßen Hersteller sind fast unverändert, bei kleineren Produzenten ist dagegen zunehmende Skepsis festzustellen

Dennoch will die Spielwarenindustrie auf geringem Niveau weiter Arbeitsplätze schaffen. 16 % der Befragten planen einen Stellenzuwachs, nur 9 % einen Stellenabbau. Großunternehmen (mehr als 10 Mio. € Umsatz) und mittelgroße Hersteller (bis 10 Mio. €) wollen Mitarbeiter einstellen, kleinere Firmen (bis 500T €) werden wohl auch 2019 ihren Personalbestand reduzieren, wenn auch weniger stark als zuletzt.

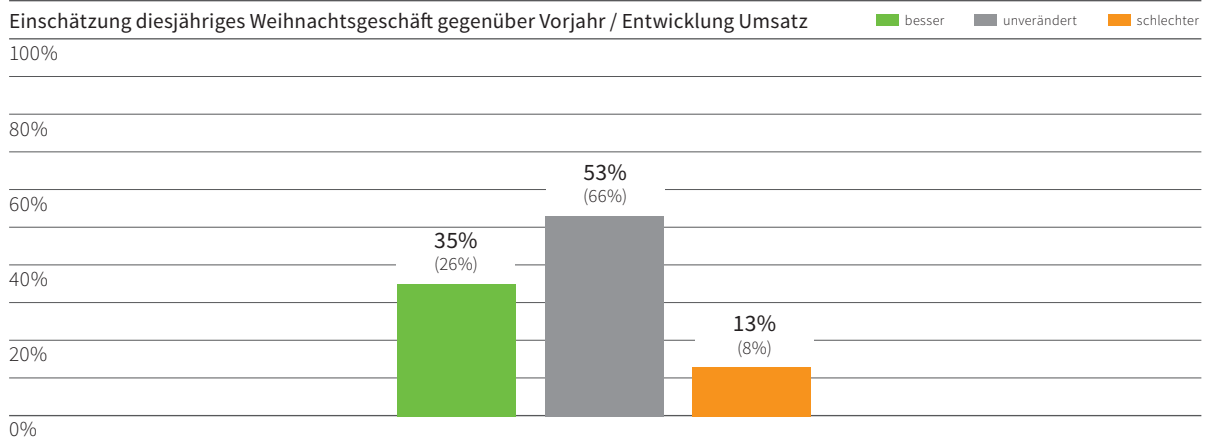
Anders als der Umsatztrend wird die Entwicklung der Umsatzrentabilität für 2019 weniger optimistisch eingeschätzt als im Vorjahr. So rechnen nun 29 % (2017: 41 %) der Befragten mit einer Verbesserung und 16 % (10 %) mit einer Verschlechterung. Aufgrund der sich abzeichnenden Verbesserungen in 2018 fällt der Ausblick für das kommende Jahr dennoch positiv aus. Der **DVSI-Entwicklungs-Index** liegt bei +0,12.



DVSI Pressemitteilung zur Jahrespressekonferenz 2018 der Spielwarenbranche

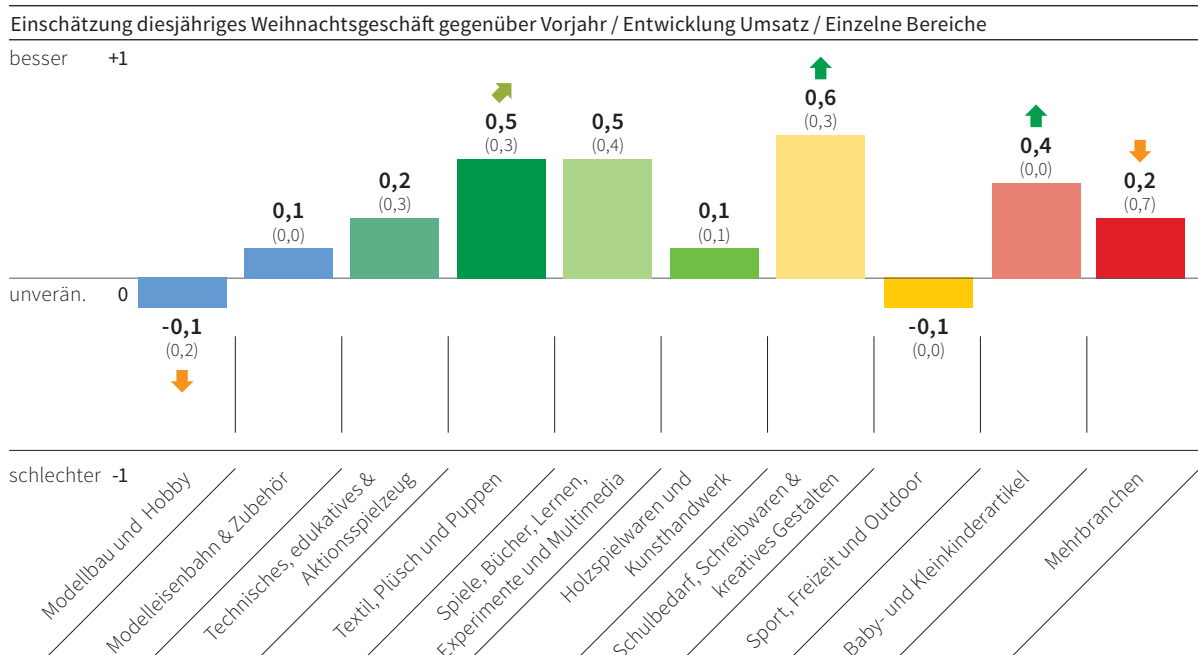


Wie wird das Weihnachtsgeschäft 2018 ?



„Auch in diesem Jahr wird das Christkind wieder viele Spielwaren bringen. Spielzeug gehört weiterhin zu den beliebtesten Geschenken fürs Fest“, konstatiert Ulrich Brobeil mit Vorfreude. Nach repräsentativen Umfragen des Handelsverbandes planen die Deutschen, für Weihnachtsgeschenke in diesem Jahr insgesamt 472,30 Euro auszugeben und damit ca. 7 Euro mehr als 2017. Dabei ist das Weihnachtsgeschäft auch im Online-Handel angekommen. Der Großteil der Verbraucher (53%) kauft nach einer Befragung von Ernst & Young jedoch Weihnachtsgeschenke lieber vor Ort im Fachhandel. Sie schätzen am stationären Einzelhandel die leichtere Beurteilung der Waren, die gute Beratung und die direkte Verfügbarkeit der Waren. Der Online-Handel punktet hingegen mit der Rund-um-die-Uhr-Erreichbarkeit, der größeren Auswahl und dem Kauf von zuhause statt in überfüllten Städten. Männer geben durchschnittlich 480,80 Euro für Weihnachtsgeschenke aus und kaufen diese erst kurz vor den Festtagen. Frauen legen mehr als drei Prozent weniger (463,30 Euro) an; mehr als ein Drittel besorgt die Geschenke in den ersten beiden Dezember-Wochen. Konsumenten in den ostdeutschen Bundesländern haben dieses Jahr ein höheres Geschenkbudget.

Auch in diesem Jahr erhoffen sich die Befragten laut **DVSI-Index** vom Weihnachtsgeschäft positive Effekte für das Gesamtassortiment. Besonders gefragt sein dürften wieder Spiele aller Art sowie Premium- und Lizenzartikel.



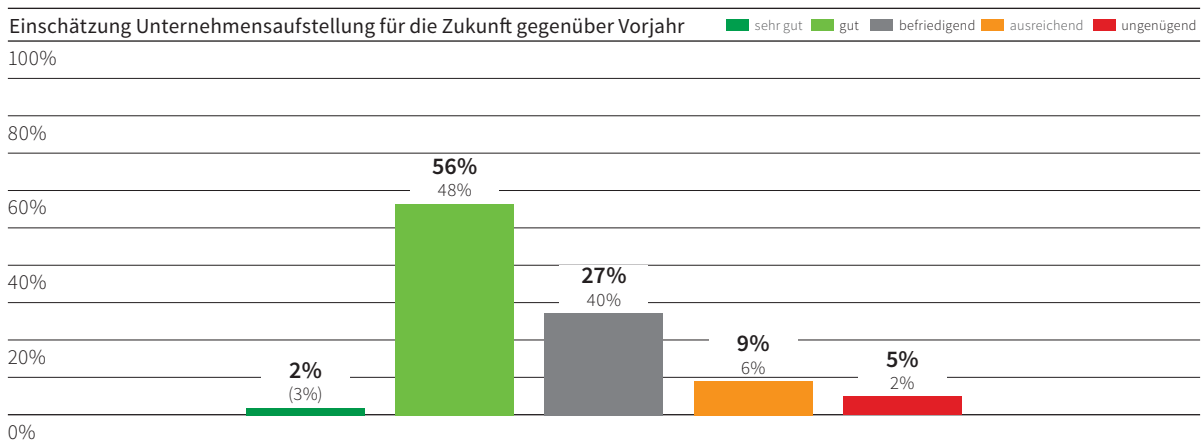


DVSI Pressemitteilung zur Jahrespressekonferenz 2018 der Spielwarenbranche

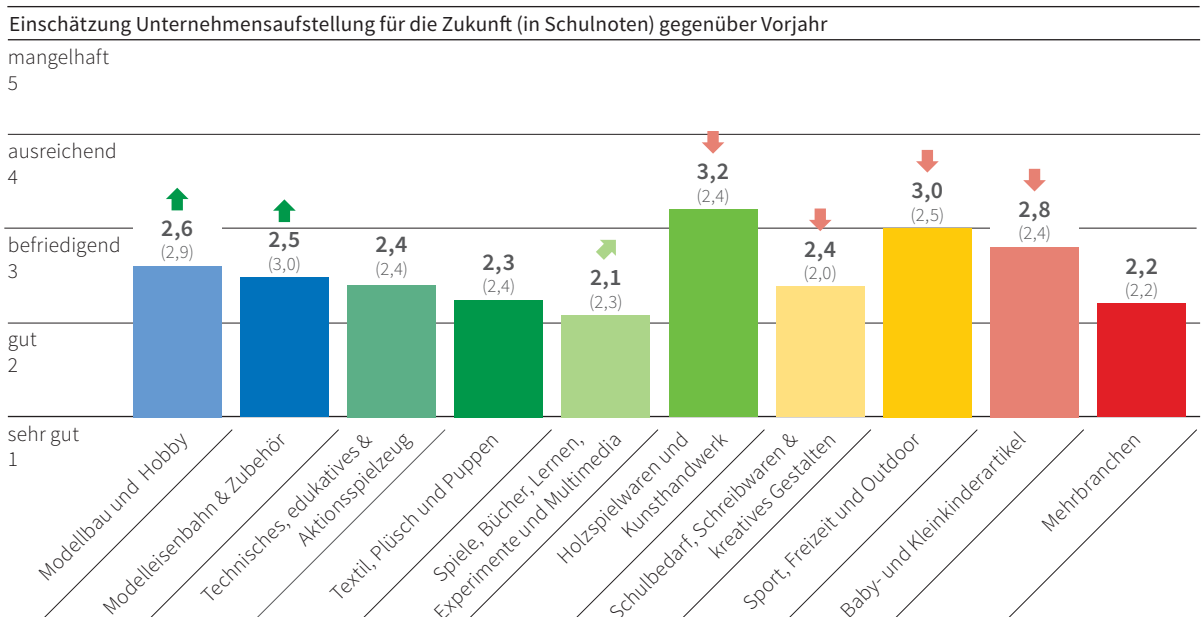


Die Deutsche Spielwarenindustrie geht gut aufgestellt in die Zukunft!

Die deutsche Spielwarenindustrie ist für die Zukunft gut gerüstet. Bereits in früheren DVSI-Studien wurde die Frage nach der Aufstellung des eigenen Unternehmens gestellt. Besonders gut aufgestellt sehen sich Großunternehmen, dicht gefolgt von mittleren Unternehmen. Vor allem kleinere Unternehmen sehen ihre Situation nur als befriedigend an.



Besonders gut für die Zukunft aufgestellt sehen sich Hersteller aus den Bereichen „Spiele, Bücher, Lernen, Experimente & Multimedia“ (2,1) und „Textil, Plüsch & Puppen“ (2,3). Deutlich Verbesserungen gab es zuletzt in den Segmenten „Modelleisenbahnen & Zubehör“ (von 3,0 in 2017 auf 2,5 in 2018) sowie „Modellbau & Hobby“ (2,9 => 2,6). Eingetrübt hat sich dagegen die Stimmung bei den befragten Unternehmen mit Angebotsschwerpunkten bei „Holzspielwaren, Kunsthandwerk“ (2,4 => 3,2), „Sport, Freizeit & Outdoor“ (2,5 => 3,0) sowie „Baby- und Kleinkindartikel“ (2,4 => 2,8).

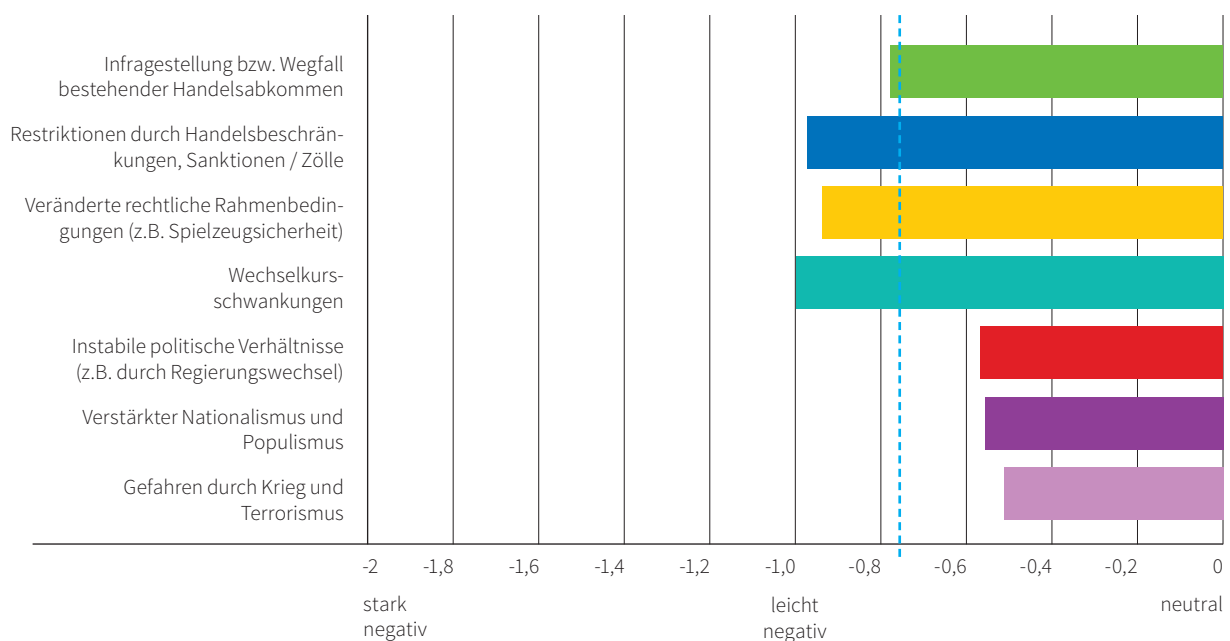


DVSI Pressemitteilung zur Jahrespressekonferenz 2018 der Spielwarenbranche



DVSI-Special 2018: Globale rechtliche und politische Risiken für die deutsche Spielwarenindustrie

Aktuelle Geschäftsrisiken für die Spielwarenindustrie



Bereits 2017 schätzten die Befragten die Einflüsse globaler, rechtlicher und politischer Geschäftsrisiken für ihr Unternehmen insgesamt als nur leicht negativ ein (Risikomittelwert 2017: -0,95). Auch hier hat sich die Bewertung der Lage weiter verbessert (-0,76). Mit abnehmender Tendenz als eher kritisch werden vor allem Wechselkursschwankungen, Restriktionen durch Handelsbeschränkungen, Sanktionen und Zölle sowie die sich ändernden rechtlichen Bedingungen gesehen.

69% (Vorjahr 56%) sehen die Entwicklungen in den USA mit Sorge, wo man weiteren Protektionismus mit Handelsbeschränkungen und Zöllen befürchtet. 51% (2017: 33%) bewerten die ungelösten Fragen um den Austritt Großbritanniens aus der EU als schwer kalkulierbares Risiko. Weitere 28% (2017: 21%) sehen die Entwicklungen in China als potenziellen Belastungsfaktor. Hier befürchten die Befragten vor allem einen sich verschärfenden Handelskrieg mit den USA, aber auch steigende Preise, mehr Restriktionen sowie Ungewissheiten wegen des dortigen politischen und gesellschaftlichen Wandels. Abnehmende Bedeutung werden dagegen den politischen und wirtschaftlichen Spannungen mit Russland (2018: 13% / 2017: 16%) sowie der Lage in der Türkei (8%/21%) beigemessen.

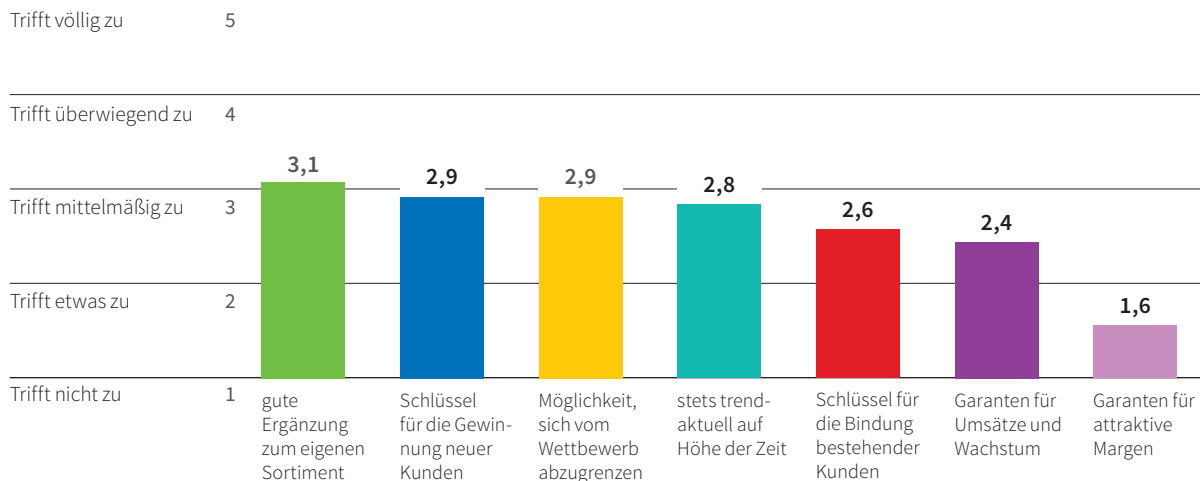
DVSI Pressemitteilung zur Jahrespressekonferenz 2018 der Spielwarenbranche



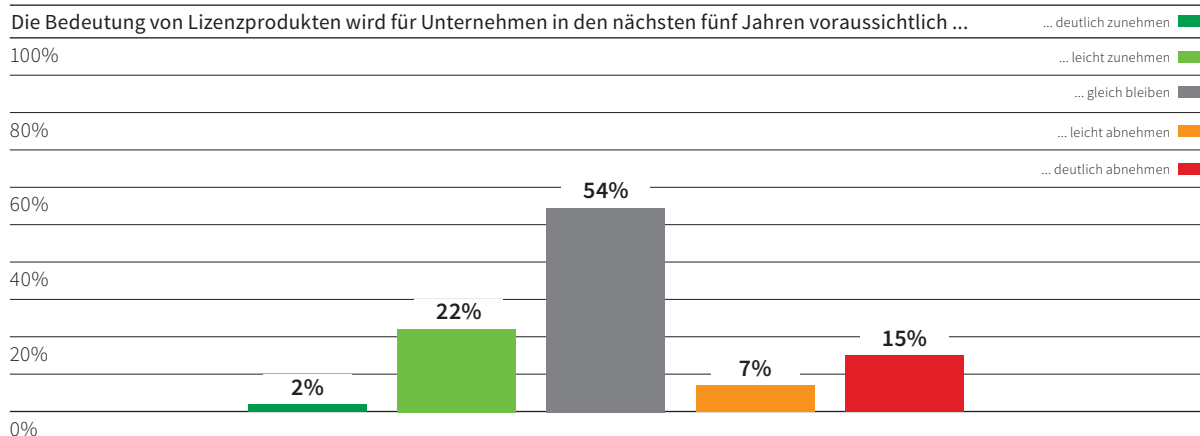
DVSI-Special 2018: Bedeutung von Lizenzprodukten

Lizenzprodukte gewinnen für die Unternehmen der Spielwarenindustrie immer mehr an Bedeutung. Bei den befragten Herstellern lag der mittlere Anteil von Lizenzprodukten bei 14,5 Prozent des Jahresumsatzes. Überdurchschnittlich hoch ist der Anteil von Lizenzartikeln bei Großunternehmen mit knapp 23 % sowie bei kleineren Herstellern mit rund 19 % des Jahresumsatzes. Mittelgroße Produzenten setzen dagegen in geringem Umfang auf Lizenzen (6%). Das Geschäft im riesigen Portfolio möglicher Lizenzartikel wird dominiert von Produkten rund um Filme und Serien (59%) sowie mit Kinderbuchfiguren (26%), welche meist ebenfalls verfilmt werden. Einer der mächtigsten Lizenzgeber der Branche ist der Medienkonzern Disney, über den 26% der Befragten Lizenzen gekauft haben.

Aus unserer Erfahrung sind Lizenzprodukte ...



Wichtigste Argumente für Lizenzen sind „gute Ergänzungen zum eigenen Sortiment“ sowie Möglichkeiten „neue Kunden zu gewinnen und sich vom Wettbewerb abzugrenzen“. Am wenigsten sehen die Unternehmen die Lizenzen als Garanten für Umsätze, Wachstum oder attraktive Margen.



24% der Befragten gehen davon aus, dass Lizenzen ihre hohe Bedeutung behalten werden; andererseits sehen 7% einen leichten und 15% sogar einen deutlichen Bedeutungsverlust dieser Themen in ihrem Unternehmen.



DVSI Pressemitteilung zur Jahrespressekonferenz 2018 der Spielwarenbranche

Über den DVSI

Der DVSI mit Sitz in Nürnberg vertritt die Interessen von rund 220 Unternehmen der Spielwarenindustrie. Die Mitgliedsfirmen repräsentieren mit ihren Marken mehr als 80 Prozent der Spielwaren in Deutschland. Der Jahresumsatz der Branche liegt bei mehr als 3 Mrd. Euro. Ein großer Teil der Mitgliedsunternehmen hat sich in Fachgruppen organisiert, die kooperative Mitglieder des DVSI sind. Entsprechend der internationalen Ausrichtung sind mittlerweile auch ausländische Hersteller Mitglieder im DVSI. Die europäische Integration der Branche wird durch den europäischen Verband TIE (Toy Industries of Europe) gefördert. Der DVSI ist Mitglied im internationalen Verband ICTI (International Council of Toy Industries). Die Verbandspolitik wird von einem ehrenamtlichen Vorstand und der Geschäftsführung gestaltet. Geschäftsführer des DVSI ist seit 2012 der Jurist Ulrich Brobeil.



Ulrich Brobeil
Deutscher Verband der Spielwarenindustrie e.V.



Weitere Informationen:

Deutscher Verband der Spielwarenindustrie e.V.

Ulrich Brobeil | DVSI Geschäftsführer
Wiesentalstraße 34 | 90419 Nürnberg
Telefon 0911.477.112-11
Telefax 0911.477.112-99
E-Mail brobeil@dvsi.de

Pressekontakt:

wg-Kommunikation

Wolf M. Günthner | Dipl.-Verwaltungswirt (FH)
Im Guckvor 15 | 71336 Waiblingen
Telefon 07151.92.02.40
Mobil 0171.317.64.42
E-Mail info@wg-kommunikation.de