



PRESSEMITTEILUNG

Spieleverlage e.V. zur SPIEL 2024 in Essen

01. Oktober 2024

SPIELE: STABILITÄTS- ANKER IM SPIELWARENMARKT

Nürnberg, 01.10.2024: Die Popularität von Gesellschafts-, Brett- und Kartenspielen sowie Puzzles und das Bedürfnis nach Gemeinschaft und Geselligkeit ist ungebrochen. Das zeigen aktuelle Marktforschungsdaten. Games & Puzzles, die seit über 11 Jahren eine beispiellose Erfolgsgeschichte vorzuweisen haben, bleiben in einem sich auf Konsolidierungskurs befindenden Spielwarenmarkt ein Stabilitätsanker.

Die Umsätze des gesamten deutschen Spielwarenmarkt gingen bis Ende August um 4,9%* zurück. Das Segment Spiele & Puzzles konnte sich allerdings entgegen der allgemeinen Konsumzurückhaltung und anhaltenden Sparneigung mit Umsätzen auf Vorjahresniveau (-0,1%*) einmal mehr der allgemeinen Branchenentwicklung entziehen. Während das Puzzle-Segment mit -6,8%* unter dem Vorjahr liegt, wuchsen Spiele mit +0,9%*. Erneut waren Strategic Trading Cards sowie Sammelkarten Treiber der Konjunktur, aber auch das Segment Adult Games mit seinen Party- und Wissensspielen sorgte mit einem Wachstum von über 50%* für entscheidende Impulse. „Das Konsumklima ist trotz verbesserter Einkommensaussichten eine Achterbahnfahrt der Gefühle“, sagt Hermann Hutter, Vorsitzender Spieleverlage e.V. und Geschäftsführer vom Huch Verlag. „Die erneut nach unten korrigierten Prognosen führender Wirtschaftswissenschaftler für Deutschland dürften ebenfalls nicht zu einer spürbaren Erholung der Konsumneigung beitragen.“

Die strukturelle Krise der deutschen Wirtschaft und ausbleibende Reformen hinterlassen selbst in einer stabilen Branche Spuren. Deutschland weist mit 28% den niedrigsten Anteil des Handels an den Konsumausgaben der Verbraucher in Europa auf. Vor dem Hintergrund einer anhaltend konjunkturellen Schwäche der deutschen Wirtschaft bewerten

die Spieleverlage die Entwicklung des vergangenen Jahres als ausgesprochen positiv und als einen weiteren Indikator dafür, dass Spiele immer breitere Zielgruppen ansprechen. „Gesellschaftsspiele werden für zunehmend mehr Menschen zum Hobby“, sagt Hermann Hutter, „was sich u.a. daran zeigt, dass Spiele-Abende immer beliebter werden.“ Oft sind es gerade Kartenspiele zum Mitnehmen, die einen leichten (Wieder-)Einstieg ermöglichen. Einige Hoffnungen setzen die Spieleverlage auf das für die gesamte Spielwarenbranche so wichtige Weihnachtsgeschäft. „Spiele sind ein beliebter Geschenkartikel zu Weihnachten“, stellt Hermann Hutter fest. „Wir erwarten deshalb, dass in den nächsten Monaten die Nachfrage nach innovativen und unterhaltsamen Spielen stark zunimmt“.

SPIELE STÄRKEN FAMILIEN

Die Aussichten für Gesellschaftsspiele sind sowohl im globalen Kontext als auch unter den herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland insgesamt gut. Der weltweite Markt für Spiele soll nach Angaben des Marktforschungsinstitutes Fortune Business Insights von aktuell 13 Mrd. €





bis 2032 auf 28 Mrd. € wachsen. Im deutschen Markt zeigen ebenfalls die Indikatoren nach oben. Laut einer repräsentativen Onlinebefragung bei 3.000 Menschen ab 18 Jahren durch die GfK in Deutschland gaben 13 %** der Befragten an, dass sie wenigstens einmal in der Woche zu Karten- und/oder Gesellschaftsspielen greifen. Vor genau 10 Jahren waren es lediglich 8 %**. Erfreulich ist besonders, dass es bei Familien sogar 24 %** sind. Übersetzt: Jede vierte Familie nutzt Gesellschaftsspiele als ‚sozialen Kitt‘, um Spaß und ein Wir-Gefühl zu haben. 53%** der Befragten gaben außerdem an, dass sie gerne häufiger spielen würden. Die Entwicklung zeigt, dass es der Branche nicht nur gelungen ist, Familien anzusprechen, sondern auch, sich einen relevanten Erwachsenenmarkt aufzubauen. Durchschnittlich werden pro Kopf in Deutschland 0,9 Spiele verkauft. Vielspieler lassen sich ihr Hobby deutlich mehr kosten. Sie kaufen in der Regel über 10 Spiele pro Jahr.

Die Gründe für die anhaltende Popularität von Gesellschaftsspielen sind vielfältig. Das Bedürfnis nach Gemeinschaft, die temporäre Flucht aus dem Alltag, Stressabbau, das Trainieren von Soft-Skills, Gehirn-Jogging, das Eintauchen in Rollenspiele sowie direkte Interaktion und der Spaßfaktor zählen zu den wichtigsten Triebfedern. Nach wie vor prägen

kooperative Spiele den Markt, aber auch der Markt für Kartenspiele erlebt eine Renaissance.

Wichtigster Vertriebsweg bleibt der stationäre Fachhandel, der sich oft mit eigenen Online-Shops auf die Veränderungen der Einzelhandelslandschaft eingestellt hat. Der anhaltende Trend zu Gesellschaftsspielen führte in den letzten Jahren zudem zu einer weiteren Spezialisierung im Fachhandel, der als „Spezialist“ Spiele unterschiedlicher Genres und Schwierigkeitsgrade in den Fokus stellt. Die „Initiative Hoher Spielwert“ steht beispielhaft für diese Entwicklung, bei der rund 33 Spielehandlungen in Deutschland und der Schweiz für ausgewiesene Kompetenz stehen. Der Preis bei Spielen ist dabei oft nicht ausschlaggebend, entscheidend ist die Qualität der Spielidee, die zum Spieler persönlich passen muss. Der Onlineanteil bewegt sich auf einem hohen Niveau von über 40%, damit aber signifikant unter dem der gesamten Spielwarenbranche.

Zu einer weiteren Durchdringung des Marktes sowie der Umsetzung ungewöhnlicher Spielideen in geringer Auflage und internationaler Brett- und Kartenspiele in eine deutsche Sprachversion tragen Crowdfunding-Projekte und digital gedruckte Spiele bei. Der Spieleverlage e.V. begrüßt diese Entwicklung. „Crowdfunding gibt kleinen und nicht so finanzstarken Verlagen die Möglichkeit“, sagt Herrmann Hutter, „Risiken zu minimieren, während gleichzeitig mehr Spiele auf den Markt kommen, was wiederum der ganzen Spielebranche zugutekommt.“ Erfolgreiche Spiele schaffen es dann auch oft in den normalen Markt.

QUELLEN:

* Circana POS Panel

** Stiftung für Zukunftsfragen

SPIELEVERLAGE e.V.

Der Spieleverlage e.V. ist der Verbund der wichtigsten Spieleverlage im deutschsprachigen Raum. Die Fachgruppe im Deutschen Verband der Spielwarenindustrie e.V. (DVSI)

- kommuniziert Absatzentwicklungen und Trends im Spielbereich
- fördert Spielen an Schulen umfassend
- initiiert und fördert die Erschließung neuer Zielgruppen für die Sache des Spiels
- fördert ideell das Netzwerk von großen und kleinen Publikumsveranstaltungen zum Thema Spiel
- unterstützt Spiele-Events und Publikumsmessen mit kostenlosen Exemplaren für die Ausleihe von Spielen
- setzt sich ein für die Anerkennung des Spiels als gesellschaftlich und sozialpädagogisch relevantes Kulturgut
- unterstreicht in seiner Medienarbeit die Bedeutung des spielerischen Lernens bei Kindern
- dient seinen Mitgliedern als Forum für die Erörterung allgemein interessierender unternehmenspolitischer Problemstellungen

DER DVSI

Die deutsche Spielwarenindustrie ist Schrittmacher bei der Entwicklung und Produktion von Spielwaren.

Seit mehr als 30 Jahren gestaltet der Deutsche Verband der Spielwarenindustrie e.V. (DVSI) als Interessenvertretung die Rahmenbedingungen der Branche mit, um die internationale Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit seiner Mitglieder zu stärken. Der DVSI vertritt die Interessen von über 200 Herstellern, Händlern und Verlagen unterschiedlicher Größenordnungen, darunter viele „Hidden Champions“. In einer Branche, die rund 4,5 Mrd.



Euro umsetzt und ca. 11.000 Menschen einen Arbeitsplatz bietet, steht er für mehr als 80 Prozent der Spielwaren in Deutschland.

Der Verband ist Ansprechpartner für Mitglieder wie für Politik, Gesellschaft und Medien, Mitglied im europäischen Dachverband TIE (Toy Industries of Europe) und im internationalen Branchenverband ICTI (International Council of Toy Industries). Sitz des Verbandes ist in der ToyCity Nürnberg. Geleitet wird der DVSI von einem siebenköpfigen ehrenamtlichen Präsidium, das von der Mitgliederversammlung gewählt wird. Geschäftsführer ist seit 2012 der Jurist Ulrich Brobeil.

IHR ANSPRECHPARTNER



HERMANN HUTTER

1. Vorsitzender Spieleverlage e.V.

Hutter Trade GmbH + Co KG
Bgm.- Landmann-Platz 1 - 5
D - 89312 Günzburg

T +49 (0) 8221 369 630
info@spieleverlage.com