



Presseinformation zur Int. Spielwarenmesse 2016 in Nürnberg 24.01.2016

Treibhausklima für Umsätze in der Spielekiste 2015

2015 war ein begeisterndes Jahr für Spiele -mit einem druckvollen Umsatzzuwachs von 10,3 % bei „Spiele und Puzzles“. Kinderspiele legten überproportional stark zu und erreichen ein Plus von über 20 %. – Auch bei Spielen für Kinder im Vorschulalter weisen die Verkaufszahlen deutlich nach oben und erreichen Zuwächse von mehr als 12 %. – Einen ähnlich starken Auftritt legte mit plus 17,8 % die klassische Supergruppe im Spielesegment, nämlich die Familienspiele, hin.

Spiele ist mehr denn je im Trend. Das zeigte sich bereits im Frühjahr und im Sommer 2015, in denen bereits quer durch alle Produktgebiete ein heiter stimmendes Umsatzhoch von über 8 % erreicht wurde. Noch etwas heißer ging es dann sogar im Herbst und Winter des gleichen Jahres zu. Allein die Spiele für Kinder wiesen zum Abschluss des Geschäftsjahres Umsatzzuwächse von mehr als 20 % aus. Dichtauf gefolgt vom klassischen Familienspiel, das mit einem Plus von 17,8 % nachdrücklich unterstrich, dass es sich über die Jahre und Jahrzehnte hinweg nicht nur anhaltender, sondern immer wieder auch kräftig wachsender Beliebtheit erfreut. So überrascht es auch nicht, dass, einer Erhebung der renommierten GFK (Gesellschaft für Konsumforschung) zufolge, sich das Segment „Spielwaren“ mit einem Gesamtvolumen von 1,7 Milliarden auf Rang 2 der beliebtesten Geschenkideen in Deutschland befindet. Und zur Gruppe der umsatzstärksten Produktsegmente innerhalb des Spielwarenereichs gehören traditionell „Spiele und Puzzles“.

Hermann Hutter, Vorsitzender der „Spieleverlage e.V.“, nimmt den auch in Zeiten vielfältiger elektronischer Games-Angebote kontinuierlich sich behauptenden und wachsenden Markterfolg klassischer Kinder- und Gesellschaftsspiele mit großer Genugtuung zur Kenntnis. „Wir,“ so Hutter, *dürfen uns als Interessenvertreter der Spielebranche in Deutschland aber nicht nur über eine lebhaftere Binnennachfrage freuen, sondern nach wie vor auch darüber, dass der deutsche Spieleverleger- und Erfindergeist in den letzten zwanzig Jahren weltweit eine Art Spielkulturrevolution in Gang gesetzt hat. Und diese allgemeine Begeisterung ist der beste Garant für die gleichbleibend hohe Qualität von Spielen bzw. deren beständig hohen Erfolg. Spiele verbinden Jung und Alt und führen die Spieler immer öfter in die Geschäfte, um die neuen und innovativen Spielideen auszuprobieren und zu kaufen.“*