



Presseinformation

Bilanzpressekonferenz der VEDES-Gruppe 2010

VEDES auf Wachstumskurs

*Umsatz, Ergebnis und Bekanntheitsgrad steigen kontinuierlich
Umwelt, Qualität und Sicherheit im Fokus
Spielwarenaffine Sortimente mit Potenzial
Multi-Channel-Strategie auf dem Vormarsch*

Nürnberg, 25. Juni 2010 – Spielwaren sind krisenresistent, was das Jahr 2009 eindrucksvoll bewiesen hat! Mit einem Plus von vier Prozent gegenüber Vorjahr und 2,4 Milliarden € Gesamtvolumen verzeichnete der traditionelle Spielwarenmarkt in Deutschland den stärksten Umsatzzuwachs seit 1995. Trotz des wirtschaftlich schwierigen Umfelds des Jahres 2009 liegt der hiesige Spielwarenmarkt damit im internationalen Vergleich mit an der Spitze!

Auch Europas führende Verbundgruppe für Spielwaren hat sich in diesem stabilen Marktumfeld erfolgreich behauptet: Im Geschäftsjahr 2009 lag der Einzelhandelsumsatz der europaweit 1.100 angeschlossenen VEDES- und SPIELZEUG-RING-Fachgeschäfte mit 526 Millionen € insgesamt 3,5 Prozent über Vorjahr. Die deutschen Mitglieder der VEDES-Gruppe verzeichneten mit 450 Millionen € ein Umsatzwachstum von 2,8 Prozent über die Theke, was einem Marktanteil von 19 Prozent am traditionellen Spielwarenmarkt und einem Fachhandelsmarktanteil von 47 Prozent entspricht.

Parallel zu den erfreulichen Umsatzzuwächsen bei den Mitgliedsbetrieben konnte der VEDES-Konzern im vergangenen Geschäftsjahr ein positives Ergebnis in Höhe von 1,9 Millionen € (EBT) ausweisen. Dieser Erfolg beruht im Wesentlichen auf vorausschauendem Kostenmanagement, konsequenten Prozessoptimierungen und Verbesserungsmaßnahmen am Beschaffungsmarkt. Zudem wurden die Nettofinanzverbindlichkeiten um 4,7 Millionen € reduziert und die Eigenkapitalquote auf 53 Prozent gesteigert. Die Bonusausschüttungen an die Mitglieder wurden um 10,1 Prozent erhöht.

Der Zentralregulierungsumsatz des Nürnberger VEDES-Konzerns wurde mit 259 Millionen € auf Vorjahresniveau gehalten. Aufgrund einer gezielten Sortimentsoptimierung sank der Lagerumsatz um 4,1 Prozent auf 54 Millionen €. Die Anzahl der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen am Standort Nürnberg blieb mit 210 stabil.

Die ersten Monate des Jahres 2010 verliefen ebenfalls überaus erfreulich für die Spielwarenbranche: Das traditionelle Segment lag – laut offiziellen Angaben des Marktforschungsinstitutes Eurotoys – Ende April kumuliert 2,4 Prozent über Vorjahr. Auch der Thekenumsatz des der VEDES-Gruppe angeschlossenen Fachhandels entwickelte sich bisher durchweg positiv und lag Ende Mai 2010 europaweit rund drei Prozent über Vorjahr. Und die Stimmung steigt weiter, was sich vor allem im zunehmenden Orderverhalten der Fachhändler widerspiegelt: In den ersten fünf Monaten des Jahres 2010 stiegen der Zentralregulierungsumsatz um 3,3 Prozent und der Großhandelsumsatz um 2,1 Prozent gegenüber Vorjahr.



Presseinformation

„Alles spricht für ein gutes Weihnachtsgeschäft“, prognostiziert der VEDES-Vorstandsvorsitzende Dr. Thomas März. „Wenn die Spielwarenhauptsaison in den letzten zwei Monaten des Jahres, in denen immerhin ein Drittel des Gesamtjahresumsatzes erwirtschaftet wird, positiv verläuft, dann wird die traditionsreichste und stärkste Verbundgruppe der Spielwarenbranche ein sehr gutes Jahresergebnis erzielen!“

Und Vorstandskollege Achim Weniger ergänzt: *„Unsere wichtigste Hausmesse des Jahres, die im April/Mai in Nürnberg stattfand und die Sortimente für das zweite Halbjahr fokussierte, ist immer ein guter Wegweiser für die weitere Entwicklung. Das Auftragsvolumen lag 8,3 Prozent über Vorjahr. Unsere Händler sind gewappnet – Weihnachten kann kommen!“*

Die Produkthighlights für das zweite Halbjahr und damit die Spielwarenhauptsaison an Weihnachten sind vielversprechend. Großes Potenzial versprechen auch umweltbewusste und -fördernde Spielzeuge. Spielzeug, das nur mit Solarenergie funktioniert, ist dabei ebenso gefragt wie Experimentierkästen über alternative Energiequellen und Bastelsets zur Förderung des Umweltbewusstseins.

Gerade erst hat der Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels (BVS) die nominierten Produkte für die TOP 10 Spielzeuge des Jahres 2010 bekannt gegeben.* Diese Spielzeug-Hitliste gibt dem Konsumenten alljährlich einen Überblick über die innovativsten Spielzeugneuheiten des Jahres – darunter die Playmobil Top-Agents, das Barbie Video Girl, Monopoly Revolution, das lustige Familienspiel TaxiMania oder ein Plüschtier, das im Wasser wächst. Die zehn Gewinner werden im September der Öffentlichkeit präsentiert.

*Alle Nominierungen unter www.top10spielzeug.de

Da die Nachfrage nach sozialverträglichen, umweltfreundlichen und ökologisch hergestellten Spielwaren von hoher Qualität und Sicherheit kontinuierlich steigt, legt die Spielwarenindustrie mittlerweile verstärkt Wert auf eine umweltfreundliche und verantwortungsbewusste Produktion. Für die VEDES spielen der nachhaltige Einkauf und die faire Beschaffung schon seit geraumer Zeit eine wichtige Rolle – zum einen bei der Lieferantenauswahl, aber natürlich auch bei den eigenen Importen und Eigenmarken. Dazu VEDES-Vorstand Wolfgang Groß: *„Der Umwelt- und Qualitätsaspekt stellt gerade für den Fachhandel eine einmalige Chance dar, sich durch Vertrauen und Kompetenz beim Verbraucher zu profilieren und gleichzeitig gegenüber dem Wettbewerb zu differenzieren. In diesem Bereich sehen wir noch erhebliches Wachstumspotenzial.“*

Der gestiegenen Sensibilität der Konsumenten in punkto Umwelt, Qualität und Sicherheit wird die VEDES unter anderem durch ihr ICTI-Engagement bei Eigenmarken und Importware gerecht. Mit dem Ziel, die Sozial- und Arbeitsbedingungen in den Lieferländern zu verbessern, hat die VEDES im Sommer 2009 als erste und einzige Verbundgruppe für Spielwaren die Verpflichtungserklärung der ICTI CARE* Foundation unterzeichnet. Durch konsequente Optimierungsprozesse stammen mittlerweile 97 Prozent der VEDES-Fernostimporte von Lieferanten, die das entsprechende Überprüfungs- und Zertifizierungsprogramm der ICTI CARE Foundation bestanden haben.

ICTI = International Council of Toy Industries
CARE = Caring, Aware, Responsible, Ethical



Presseinformation

Aktuell forciert die VEDES ihr Engagement im Bereich Modelleisenbahn und Modellbau, da dieses Sortiment nach wie vor ein zentrales Thema der Spielwarenbranche ist. Mit einer neuen Fachgruppe bündelt die VEDES-Zentrale die Interessen dieser Fachhandelsspezialisten unter der Dachmarke MC. Ziel ist es, die Mitglieder als leistungsfähige Gemeinschaft am Absatz- als auch Beschaffungsmarkt erfolgreich zu positionieren, um die Wettbewerbsfähigkeit jedes einzelnen Mitglieds zu verbessern. Ein starker Marktauftritt sowie gemeinsame Marketingaktivitäten erhöhen die Attraktivität des Sortiments und begeistern damit sowohl Stamm- als auch Neukunden.

Mit Blick auf die erfreuliche Entwicklung spielwarenaffiner Produkte bricht die VEDES-Zentrale bewusst die alten Sortimentsgrenzen auf, um die Saisonalität der Spielwarenbranche zu entzerren. Dabei werden vor allem die Segmente Multimedia, Süßwaren und Kleinpreisartikel sowie Kinder- und Jugendbücher fokussiert, da sie enormes Potenzial versprechen, um unterjährig mehr Frequenz zu schaffen. In diesem Zusammenhang sind vor allem eine kompetente und übersichtliche Sortimentsauswahl sowie die richtige Präsentation am Point of Sale bzw. ganzheitliche Shop-Konzepte die wichtigsten Erfolgsfaktoren für den Einzelhandel.

Auch Lizenzthemen versprechen erhebliches Wachstumspotenzial, da der Markt in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern noch ausbaufähig ist. Durch ganzheitliche Phantasiewelten wird vor allem die junge und trendbewusste Zielgruppe angesprochen. Gerade die Vermarktung von Lizenzen zeigt, wie das erfolgreiche Aufbrechen der Sortimentsgrenzen im Spielwarenhandel funktionieren kann.

Da sich die Segmente Baby-Hartwaren/-Textil und Spielwaren hervorragend ergänzen und dem Spielwarenfacheinzelhandel zusätzliches Wachstumspotenzial bieten, wird das Thema Baby künftig ein wesentlicher Sortimentsbaustein des VEDES-Angebotes sein. Um den angeschlossenen Spielwarenfachhändlern alles aus einer Hand bieten zu können, hat die VEDES eine Zusammenarbeit mit der BABY-PLUS Ein- und Verkaufsgenossenschaft, Würzburg vereinbart.

Auch in die Werbung wird seitens der VEDES-Zentrale kräftig investiert. Die breite und erweiterte Kommunikationspalette der VEDES-Marketingabteilung eröffnet der heterogenen Händlerstruktur die Möglichkeit, je nach den Bedürfnissen der Unternehmer vor Ort individuelle Werbestrategien umzusetzen. Hinzu kommen die überregionalen Gemeinschaftsprojekte, wie TV-Werbung, Printkampagnen und Social-Marketing-Aktionen („Du bist kinderfreundlich“), welche zentral gesteuert werden und die Marke VEDES flächendeckend beim Endverbraucher forcieren. Dieser Einsatz macht sich bezahlt, denn der Bekanntheitsgrad der Marke VEDES ist in Deutschland laut einer aktuellen GfK-Studie von 49,5 Prozent im Jahr 2007 auf 54,2 Prozent im Jahr 2010 gestiegen. Bei der Kernzielgruppe Familien mit Kindern konnte eine Verbesserung von 63 Prozent im Jahr 2007 auf 65,4 Prozent im Jahr 2010 erzielt werden.

Der Vertriebskanal Internet spielt auch in der Spielwarenbranche eine immer wichtigere Rolle. Aufgrund des enormen Umsatzpotenzials des virtuellen Vertriebswegs entscheiden sich immer mehr Händler für eine Multi-Channel-Strategie. Mit dem im Oktober 2009 freigeschalteten VEDES-Online-Shop (www.vedes.com) bietet die VEDES ihren Händlern eine unkomplizierte und zentral gesteuerte Möglichkeit, zusätzliche Umsätze über diesen wachsenden Vertriebsweg unter der bekannten Marke VEDES zu generieren.



Presseinformation

Weitere Informationen:

VEDES AG

Unternehmenskommunikation

Eva-Maria Stempel

Beuthener Straße 43

90471 Nürnberg

Deutschland

Fon +49(0)911.6556.586

Fax +49(0)911.6556.6586

stempel@vedes.com

www.vedes.de