

Spielinfo

Ausgabe 5 September 2020

Wie die Branche von NTG profitiert

Herr von Wulfen, vor einem Jahr kündigten Sie an, dass Sie den Direktversand von myToys.de über NTG abwickeln werden. Wie ist der aktuelle Stand?

Die NTG hat das Direktversandportal für Händler und Lieferanten fertiggestellt und die benötigten Prozesse umgesetzt. Händler erhalten jetzt alle relevanten Belege vom Auftrag bis zur Retourenmeldung mit zusätzlichen Informationen wie z.B. Endkundenadresse und Trackingnummer im Lieferschein. Auch die automatisierte Bereitstellung von Bestandsdaten für den Handel ist umgesetzt.

Auf der Spielwarenmesse 2020 haben Sie die Teilnahme des Händlers ROFU Kinderland bekanntgegeben. Wie läuft die Zusammenarbeit?

Die Anbindung der Lieferanten ist in der Umsetzung. Der Vorteil für den Händler ist, dass die NTG bereits die Lieferanten elektronisch angeschlossen hat und ROFU somit keine Einzelverbindung zu jedem Lieferanten aufbauen muss.

NTG-TEAM: Die Profis, wenn es um die Digitalisierung von Prozessen und Artikeldaten geht. (v.l.n.r.: Jennifer Wolf, Pascal Heemann, Bianca Reindl, Jack Bakoa, Thomas von Wulfen)



Wie groß ist der Aufwand für die Hersteller?

Für bereits angeschlossene Unternehmen ergeben sich keine Neuerungen und sie können direkt mit dem elektronischen Datenaustausch beginnen.

Sie planen auch noch einen sogenannten „NTG Attributgruppenschlüssel“ – was ist das?

Der „NTG Attributgruppenschlüssel“ ist ein zentraler Mappingschlüssel, der zwischen Industrie und Handel in den Artikeldaten verwendet wird.

Warum ist das nötig?

Zurzeit müssen Lieferanten und Händler mühselig mit dem Bamberger Code und dem GPC-Brick arbeiten. In Zukunft muss die Industrie je Produkt nur noch ihren eigenen Warengruppenschlüssel an NTG übermitteln. Wir übersetzen den individuellen Warengruppenschlüssel in unseren Schlüssel.

Welchen Vorteil bietet das dem Händler?

Er erhält immer einen normierten Schlüssel, der auf die eigenen Warengruppen gemappt werden kann. Darüber hinaus werden durch unseren Schlüssel automatisch Standardschlüssel wie der Bamberger Code und der GPC-Brick abgeleitet und in die Datenbank geschrieben.

Wie hoch ist aktuell die Nachfrage nach digitalen Lösungen für Prozessoptimierungen?

Der Wunsch nach optimierter Speicherung und Bereitstellung von Artikeldaten sowie an der Umsetzung von papierlosen Prozessen ist enorm gestiegen. Die Anzahl der Lieferanten, welche über die NTG ihre Prozesse zum Handel digital umsetzen möchten, steigt aktuell wöchentlich. Auch auf der Handelsseite laufen diverse Gespräche, welche für die Industrie weitere Synergien bedeuten.

SEGEL GESETZT

Spielwarenmesse 2021

Ein wichtiges Zeichen für die Branche: Die Spielwarenmesse eG gibt alles, um die Weltleitveranstaltung vom **27. bis zum 31. Januar 2021** zu ermöglichen. Unabdingbare Voraussetzung sind natürlich Abstand, Hygieneregeln sowie die Nachverfolgbarkeit. „Bei allen unseren Unternehmungen, die Spielwarenmesse 2021 durchführen zu können, haben die Themen Sicherheit und Gesundheit für alle Beteiligten oberste Priorität“, betont **Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG**. Erfreulich: Knapp **90 Prozent der Aussteller** haben sich bisher zum Vorjahresvergleich **angemeldet** und mit den Hygieneregeln der Spielwarenmesse vertraut gemacht. Das verspricht eine Spielwarenmesse mit **hohem Innovationsgrad** sowie einer Vielzahl an Produkten, die nur „live“ einen realen Eindruck vermitteln. Auf Sonderflächen und Standpartys müssen die Besucher aber leider verzichten. Eins ist dennoch klar: Die Situation bleibt dynamisch und die Planung der Spielwarenmesse 2021 wird laufend an die aktuellen Bestimmungen angepasst.



EIN BILD AUS CORONAFREIEN ZEITEN.

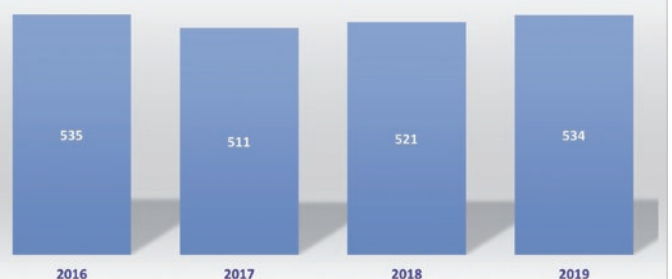
In 2021 setzt die Spielwarenmesse auf ein ausgefeiltes Hygienekonzept.

TOY STORY

Spielzeug 0-3 positiv

Bei Spielzeug für die Kleinsten entwickelte sich der Markt zuletzt positiv – wie das Verbraucherpanel Spielwaren der npdgroup zeigt. Der Spielwaren-Gesamtmarkt wächst in 2019 um **3 %** auf insgesamt **3,4 Mrd. Euro**. Der Umsatz bei Spielzeug für unter 3-Jährige wuchs um 2,6 %: Zählt man alles, was laut npdgroup-Statistik für **unter 3-Jährige** gekauft wird, wie Sandspielzeug, Lego duplo, Brettspiele oder Bobby Cars, gaben die Deutschen 2019 **534 Mio. Euro** aus.

Spielzeugausgaben in Deutschland in den ersten 3 Lebensjahren in Mio. Euro



Quelle: Verbraucherpanel Spielwaren Deutschland, npdgroup deutschland GmbH