



ALLES UNTER EINEM DACH!

*DACH Kooperation Spielwaren
Deutschland, Österreich, Schweiz (DACH-Region)*

Memorandum of Understanding

DIE SPIELWARENBRANCHE IN DER DACH-REGION STARK MACHEN - GEMEINSAM

Potentiale stärken – Themen und Interessen voranbringen – Synergien nutzen

Der Deutsche Verband der Spielwarenindustrie e.V. (DVSI), das Toy Forum Austria und der Spielwarenverband Schweiz (SVS) begleiten und gestalten die Entwicklung der Spielwarenbranche aktiv in ihren jeweiligen Ländern mit.

Österreich, die Schweiz und Deutschland sehen sich ähnlichen Herausforderungen gegenübergestellt. Interessen und Ziele weisen eine hohe Übereinstimmung auf. Der länderübergreifende Austausch soll die Kompetenzen der Partner stärken und einen Mehrwert für die Spielwarenbranche bieten.

Die Verbände vereinbaren, auf den bestehenden vertrauensvollen Beziehungen ihre Zusammenarbeit zu vertiefen. Ziel der intensiveren Kooperation ist es, vom gemeinsamen Sprachraum zu profitieren, um die starke Position der DACH-Länder im Bereich Spielwaren zu sichern und auszubauen als auch Synergien bei relevanten Themen zu heben.

Der Fokus der Zusammenarbeit liegt auf dem Informationsaustausch, gemeinschaftlichen Veranstaltungen und einer gemeinsamen Marktforschung, insbesondere mit Blick auf die Bedürfnisse von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), aber auch Themen, die alle betreffen.

DIE 7 ECKPFEILER DER KOOPERATION

- 01** *Spielwaren sind relevant*
- 02** *Spielwaren sind nachhaltig*
- 03** *Kreativität ist wichtig*
- 04** *Digitaler Wandel ist machbar*
- 05** *Marktforschung ist unentbehrlich*
- 06** *Kommunikation und Serviceleistungen sind wesentlich*
- 07** *Wir sind der Partner*



01 SPIELWAREN SIND RELEVANT

In den Achtziger Jahren des 20. Jahrhunderts begann der Siegeszug des „Heimcomputers“; das Internet, erfunden in den Katakomben des CERN, feiert 2021 seinen 30. Geburtstag; das erste iPhone kam 2007 auf den Markt. Alle drei Erfindungen veränderten die Welt auf dramatische Weise. Wir sind seitdem „always online“. Computer- und Videospiele entwickelten sich in dieser Zeit zu einer der beliebtesten Formen der Freizeitgestaltung. Dennoch zeigt die Entwicklung, dass, auch wenn der Mensch die Welt zunehmend in binäre Codes auflöst, er seine Finger nicht vom Spielen lassen kann – und sei es digital.

Spielen ist älter als Kultur und eine notwendige, wenn auch nicht hinreichende Bedingung für Kultur. Spielen ist eine *Conditio sine qua non* oder in den Worten von Wissenschaftlern: eine alle Kulturen übergreifende anthropologische Konstante. Spielen hilft, uns frei zu machen von der Wirklichkeit, um in einer anderen Wirklichkeit, in der nur das Spiel zählt, für eine bestimmte Zeit unter klaren Regeln „Erlösung“ zu finden.

Diese Ausnahmestellung des Spielens zeigte sich während der Pandemie einmal mehr, als Spielen für viele Familien eine geradezu „kathartische“ Wirkung bekam. Spielen ist also kein Kinderspiel oder nur etwas für Kinder, sondern eine ernste Sache. Es zählt zu den natürlichsten Erscheinungen des Lebens. Es ist ein intrinsisches Bedürfnis und „Wert an sich“. Spielen ist eine Schule des und für das Leben.

Ein Schwerpunkt der zukünftigen Arbeit der Kooperation soll deshalb darauf liegen, die herausgehobene Rolle des Spielens, seinen Mehrwert oder „Value of Play“ in der Gesellschaft wahrnehmbarer zu positionieren. Während das Buch als kulturelles Gedächtnis der Nationen und eines der ältesten und wichtigsten Informationsobjekte der Welt besondere Aufmerksamkeit genießt, steht Spielen stets im Schatten dieser jüngeren Kulturtechnik. Das muss sich ändern. Wir wissen, dass es ein langer Weg ist, Spielen als gleichberechtigt zu etablieren, aber er ist notwendig.

02 SPIELWAREN SIND NACHHALTIG

„Alles muss aus dem Blickwinkel der nachhaltigen Entwicklung betrachtet und angegangen werden.“

Darauf haben sich die Mitglieder der Vereinten Nationen in der Agenda 2030 geeinigt. Den Mitgliedern der Kooperation ist bewusst, dass eine nachhaltige Spielwarenindustrie eines unserer Hauptziele der nahen Zukunft sein muss. Das beschränkt sich nicht nur auf die Auswahl von Materialien, die Produktion oder Reparaturfähigkeit. Gute Spielwaren sind langlebig und damit nachhaltig, weil sie immer wieder aufs Neue zum Spielen auffordern.

Die Kooperation wird uns die Möglichkeit geben, uns im DACH-Raum mit der Branche zu vernetzen und unsere Erfahrungen zu Umweltthemen und Nachhaltigkeit zu teilen, aber auch, etwas über die Probleme der anderen zu erfahren und sie ggf. zu unterstützen.

Wir arbeiten täglich daran, die Ziele der Agenda 2030 zu erreichen – in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz.



03 KREATIVITÄT IST WICHTIG

„Man muss Neues machen, um Neues zu sehen.“

Mehr denn je sind neue Ideen und Kreativität gefragt, um nicht nur wirtschaftlich bestehen zu können, sondern auch gemeinsam die Ziele des Green Deals zu erreichen, der den Einstieg in die Kreislaufwirtschaft vorsieht und Europa zum ersten klimaneutralen Kontinent umbauen will. Gleichzeitig werden Unternehmen zunehmend von Verbrauchern, NGOs, Mitarbeitern, Investoren und Aufsichtsbehörden dazu angehalten, ihr Geschäftsmodell im Sinne moderner Umwelt- und Sozialstandards umzubauen. Die Ansprüche an Nachhaltigkeit und der Handlungsdruck auf Unternehmen steigen damit kontinuierlich. Mit dem „Corporate Sustainability Reporting Directive“ (CSRD) der EU wird ab 2024 zudem der Anwendungsbereich auf alle großen Unternehmen erweitert, die detaillierte und standardisierte Anforderungen an die Berichtspflicht in punkto Nachhaltigkeit vorschreibt. Auch die Spielwarenbranche wird sich auf diesen Veränderungsprozess einstellen müssen. „Sustainability“ wird zur Produktqualität.

Eine Schlüsselrolle spielt dabei die Gestaltung von Spielwaren. Ihr Design entscheidet am Ende nicht nur über die Funktionalität und Gebrauchswert eines Spielzeugs, sondern auch über seine Reparatur- und Recyclingfähigkeit. Das erfordert die Zusammenarbeit vieler Disziplinen. Die DACH-Kooperation will Erfindern, Designern, Künstlern, Art Direktoren und Studenten eine Plattform mit Lern- und Networking-Aktivitäten bieten. Junge Designer aus dem DACH-Raum präsentieren ihre Ideen vor der Industrie. Das könnte z.B. auf der Spielwarenmesse im Rahmen einer Sonderschau geschehen.

04 DIGITALER WANDEL IST MACHBAR

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind insbesondere gefordert, sich auf den digitalen Wandel vorzubereiten, daher ist ihre Unterstützung im Fokus der gemeinsamen Arbeit. Hier kann der Austausch von konkreten Praxisbeispielen („Use Cases“) den Zugang für KMU zu neuen Technologien und Prozessen erleichtern.

05 MARKTFORSCHUNG IST UNENTBEHRLICH

Exklusive Marktdaten und -Statistiken der Kooperation liefern die Basis für strategische Entscheidungen Spielwarengeschäft.

Datenerhebungen und -analysen liefern für jedes Unternehmen die zielgruppenrelevanten Informationen für strategische Unternehmensentscheidungen. Wir liefern diese Daten und Statistiken für eine fundierte Marktanalyse, um frühzeitig Trends erkennen oder Produkte und Dienstleistungen im Spielwarengeschäft weiterentwickeln zu können.

Mitgliedsverbände und deren Mitglieder nutzen das Insiderwissen aus der eigenen Marktforschung zum Thema „So spielt die DACH-Region mit unseren Spielwaren“.



- ✓ Neueste Marktdaten zum Spielwarenmarkt in der DACH-Region
- ✓ Befragungen von Eltern, Schenkern und Kindern
- ✓ Mitgliederbefragungen der nationalen Verbände
- ✓ Jährliche Auswertung
- ✓ Exklusiv und kostenfrei für Mitglieder der Kooperationsverbände und deren Mitgliedsunternehmen

06 KOMMUNIKATION UND SERVICELEISTUNG SIND WESENTLICH

Über den hohen Stellenwert interner Kommunikation sind sich die Verbände einig. Der persönliche Kontakt zu den Mitgliedern steht in den Verbänden an erster Stelle. Gemeinsame Jahrestagungen sollen in der Kommunikationsarbeit ein integraler Bestandteil werden. Durch gemeinsame Arbeits- und Fachgruppen werden zusätzliche Austauschplattformen geboten. Gemeinsame Kongresse, Tagungen und Konferenzen sowie Fortbildungen für Mitglieder sind ebenfalls angedacht. Die Kommunikationsplattformen bieten neben dem sachlichen Austausch auch die Möglichkeit, die Beziehungen untereinander und das Gemeinschaftsgefühl im DACH-Raum zu stärken. Den Mitgliedern der Verbände wird durch Wissens- und Weiterbildungsangebote Mehrwert geboten.

Weder externe noch interne Kommunikationsbestrebungen werden in der Kooperation als isolierte Felder betrachtet — beide werden in ein ganzheitliches strategisches Kommunikationskonzept eingebettet, damit ein klares Leitbild der Kooperation nach außen und nach innen besteht.

07 WIR SIND DER PARTNER

Gemeinsam stärker als allein auf weiter Flur.

Das DACH-Best-Practice-System soll ausgebaut werden. Die Kooperationspartner stellen regelmäßig anschauliche und informative Projekte vor, die in anderen Ländern an die jeweilige Situation angepasst und umgesetzt werden können. Kooperationstreffen sollen zukünftig noch stärker zu Ideen-Lieferanten und Orten des Wissenstransfers werden.

Ein Beispiel für ein neues Kooperationsfeld: Eine ständige Arbeitsgruppe von Mitgliedern der Verbände untersucht die wesentlichen Herausforderungen und vorhandenen Handlungsoptionen unserer Zeit. Gleichzeitig sammelt und aktualisiert sie Umsetzungsbeispiele der Verbände. Die Kooperationspartner sind überzeugt, dass es darüber hinaus weitere praktische Möglichkeiten der Zusammenarbeit gibt, um Synergien zu heben.



STRATEGIE: EINE STARKE GEMEINSCHAFT

Die Zusammenarbeit wird am 2. März 2022 in Wien vereinbart. Sie sieht einen regelmäßigen und bedarfsgerechten Austausch zwischen den Verbänden mit zwei Treffen pro Jahr vor. Erste operative Schritte der Kooperation sind im März 2023 die Aussendung des ersten DACH White Paper Sourcing an die Unternehmen der DACH-Region und der Start der DACH Umfrage Sourcing sowie ein Round Table DACH zur Diskussion der ersten Entwurfs der EU Spielzeugverordnung.

Eine gemeinsame Interessenvertretung in einem eng vernetzten Wirtschaftsraum wie der DACH-Region ist in Zeiten des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umbruchs besonders wichtig. Mit diesem Memorandum of Understanding setzen die drei Verbände einen Schritt in Richtung einer stärkeren Vernetzung mit dem Ziel, Synergien zu heben und gemeinsame Projekte zu Marktforschung, Umwelt-, Weiterbildungsthemen, aber auch zu Fragen über die Sicherheit von Spielzeug voranzutreiben. Der Deutsche Verband der Spielwarenindustrie e.V. (DVSI), das Toy Forum Austria und der Spielwarenverband Schweiz (SVS) sind überzeugt: Wer kooperiert, profitiert!



DVSI

**DEUTSCHER VERBAND DER
SPIELWARENINDUSTRIE e.V.**

Wiesentalstraße 34
90419 Nürnberg

Deutschland



TFA

**TOY FORUM
AUSTRIA**

Hütteldorfer Straße 229-231
1140 Wien

Österreich



SVS

**SPIELWAREN VERBAND
SCHWEIZ**

Arterstrasse 28
8032 Zürich

Schweiz

Ulrich Brobeil

Dieter Strehl

Sandro Küng

Unterzeichnung am 2. März 2023 in Wien

