

Marco Wagner

Der Markt des Spielwaren-Einzelhandels in Nürnberg

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2003 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832473532

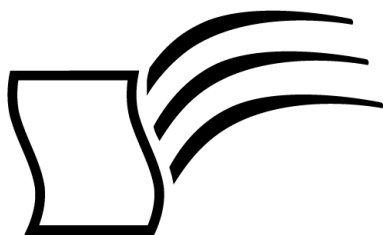
Marco Wagner

Der Markt des Spielwaren-Einzelhandels in Nürnberg

Marco Wagner

Der Markt des Spielwaren-Einzelhandels in Nürnberg

Diplomarbeit
Georg-Simon-Ohm-Fachhochschule Nürnberg
Fachbereich Informatik
Abgabe Juli 2003



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 7353

Wagner, Marco: Der Markt des Spielwaren-Einzelhandels in Nürnberg

Hamburg: Diplomica GmbH, 2003

Zugl.: Georg-Simon-Ohm-Fachhochschule Nürnberg, Fachhochschule, Diplomarbeit, 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2003

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis (1. Stufe)

0 Einleitung.....	6
1 Spielwaren	8
1.1 Grundgedanken zum Begriff Spielen	8
1.2 Spielwarenklassifikation	14
2 Nürnberg als Spielwarenstadt.....	20
2.1 Chronik der Stadt Nürnberg.....	20
2.2 Chronik berühmter Nürnberger Spielzeugfirmen.....	30
2.3 Einteilung der Nürnberger Stadtgebiete	45
2.4 Einteilung der Nürnberger Spielwarenfirmen.....	54
3 Regionale Marktanalyse für den Spielwaren-Einzelhandel....	60
3.1 Marktanalyse nach dem Kundeneinzugsgebiet.....	61
3.2 Marktanalyse nach der Konkurrenzsituation.....	72
3.3 Berechnung der Analyse	84
4. Anhang.....	92
4.1 Abbildungsverzeichnis	92
4.2 Literaturverzeichnis	94
4.3 Adressenverzeichnis.....	101

Inhaltsverzeichnis (2. Stufe)

0 Einleitung.....	6
1 Spielwaren	8
1.1 Grundgedanken zum Begriff Spielen	8
1.1.1 Warum spielt ein Kind?	9
1.1.2 Definition der Begriffe Spielmittel, Spielzeug und Spielwaren.....	11
1.2 Spielwarenklassifikation	14
1.2.1 Klassifikation nach der Zielgruppe.....	14
1.2.1.1 Spielwaren für Kinder	14
1.2.1.1.1 Babys (0-1 Jahr).....	14
1.2.1.1.2 Littles (1-5 Jahre).....	15
1.2.1.1.3 Kids (5-10 Jahre).....	15
1.2.1.1.4 Teens (ab 10 Jahre)	16
1.2.1.2 Spielwaren für Erwachsene	16
1.2.2 Klassifikation nach den Warengruppen	17
2 Nürnberg als Spielwarenstadt.....	20
2.1 Chronik der Stadt Nürnberg.....	20
2.1.1 Vorgeschichte	20
2.1.2 Gründung.....	22
2.1.3 Mittelalter	23
2.1.4 Neuzeit.....	25
2.1.5 Industriezeitalter.....	26
2.1.6 Erster und Zweiter Weltkrieg.....	27
2.1.7 Wirtschaftswunderjahre.....	28
2.1.8 Weltgrößte Spielwarenmesse	29
2.2 Chronik berühmter Nürnberger Spielzeugfirmen.....	30
2.2.1 J. W. Spear & Söhne.....	31
2.2.1.1 Gründung in Fürth	32

2.2.1.2 Umzug nach Nürnberg	33
2.2.1.3 Flucht nach England	34
2.2.1.4 Boom von „Scrabble“	35
2.2.1.5 Verkauf der Firma.....	36
2.2.1.6 Kurzübersicht.....	36
2.2.2 Paul Lehmann Patentwerk	37
2.2.2.1 Gründer Lehmann und Eichner	37
2.2.2.2 Gründung in Brandenburg.....	38
2.2.2.3 Neuaufbau in Nürnberg.....	41
2.2.2.4 Entwicklung der LEHMANN-GROSS-BAHN „L. G. B. “	41
2.2.2.5 Wiedervereinigung Deutschlands	43
2.2.2.6 Kurzübersicht.....	44
2.3 Einteilung der Nürnberger Stadtgebiete	45
2.3.1 Statistische Gebietseinteilung	46
2.3.1.1 Einteilung nach statistischen Stadtteilen und statistischen Bezirken.....	48
2.3.1.2 Einteilung nach Postleitzahlen.....	50
2.3.2 Fläche	51
2.3.3 Bevölkerung	52
2.4 Einteilung der Nürnberger Spielwarenfirmen	54
2.4.1 Erhebung und Zählung.....	54
2.4.2 Geographische Aufteilung	54
2.4.2.1 Aufteilung nach statistischen Stadtteilen	55
2.4.2.2 Aufteilung nach Postleitzahlen.....	58
2.4.3 Aufteilung nach Industrie, Großhandel und Einzelhandel	59
3 Regionale Marktanalyse für den Spielwaren-Einzelhandel....	60
3.1 Marktanalyse nach dem Kundeneinzugsgebiet.....	61
3.1.1 Bevölkerungsstand des Kundeneinzugsgebiets	61
3.1.1.1 Bevölkerung der Stadt Nürnberg	61
3.1.1.2 Bevölkerung in der Umgebung Nürnbergs	64
3.1.2 Demographische Entwicklung im Kundeneinzugsgebiet	67
3.1.2.1 Altersstruktur der Bevölkerung	68

3.1.2.2 Geburtenrate der Bevölkerung.....	69
3.1.3 Entwicklung der potentiellen Kunden	70
3.2 Marktanalyse nach der Konkurrenzsituation.....	72
3.2.1 Verteilung aller Einzelhandelsfirmen	72
3.2.1.1 Geographische Aufteilung aller Einzelhandelsbetriebe	72
3.2.1.2 Typen von Standortbereichen für Einzelhandelsbetriebe	74
3.2.2 Aufteilung nach den Betriebsformen des Spielwaren-Einzelhandels	75
3.2.2.1 Definition der Betriebsformen.....	75
3.2.2.2 Gliederung nach der Anzahl der Betriebsformen.....	78
3.2.2.3 Gliederung nach der geographischen Position	80
3.2.2.4 Gliederung nach der Verkaufsfläche	81
3.2.5 Umsatzhochrechnung anhand der Gesamtverkaufsfläche	83
3.3 Berechnung der Analyse	84
3.3.1 Berechnung des Marktpotentials.....	84
3.3.1.1 Definitionen für die Berechnung des Marktpotentials.....	85
3.3.1.2 Formel zur Berechnung des Marktpotentials	85
3.3.2 Schätzung der Marktsättigung.....	87
3.3.3 Fazit mit Bewertung der Ergebnisse.....	90
4. Anhang.....	92
4.1 Abbildungsverzeichnis	92
4.1.1 Abbildungen	92
4.1.2 Tabellen	93
4.2 Literaturverzeichnis	94
4.2.1 Monographien.....	94
4.2.2 Zeitschriften	95
4.2.3 Berichte und sonstige Veröffentlichungen	96
4.2.4 Internet-Homepages	97
4.2.4.1 Beschreibung der Spielentwicklung im Rahmen der Spielformen.....	97
4.2.4.2 Eröffnungsrede des Weltkongress für Kinderspiel (2001).....	97
4.2.4.3 Kongressvortrag des ersten europäischen „European Toy and Childhood Congress“ (1997).....	97

4.2.4.4 Statistisches Amt der Stadt Nürnberg	100
4.2.4.5 Statistische Jahrbücher der Stadt Nürnberg.....	100
4.2.4.6 Statistik Monatsbericht der Stadt Nürnberg (Dezember 2002)	100
4.2.4.7 Amt für Stadtforschung und Statistik, Monatsbericht April 2002.....	100
4.3 Adressenverzeichnis.....	101
4.3.1 Adressen der Ansprechpartner	101
4.3.2 Nürnberger Adressen aus der Spielwarenbranche.....	103
4.3.2.1 Einzelhandel	104
4.3.2.1.1 Fachgeschäfte.....	104
4.3.2.1.2 Spezialgeschäfte.....	105
4.3.2.1.3 Fachmärkte	108
4.3.2.1.4 Warenhäuser	110
4.3.2.1.5 Verbrauchermärkte.....	113
4.3.2.2 Großhandel	115
4.3.2.3 Industrie	118

0 Einleitung

Man möge sich fragen, warum ein Informatikstudent mit Schwerpunkt Wirtschaft eine Diplomarbeit über ein Spielwaren-Thema schreibt. Folgendes Zitat aus einer der bekanntesten Computer-Fachzeitschriften in Deutschland beantwortet meiner Meinung nach diese Frage recht gut:

„...letztlich läuft es darauf hinaus, dass Männer zeitlebens Kinder bleiben, Spielkinder halt, technikverliebte Jungs.

Technik ist in Wirklichkeit nichts anderes als Spielzeug, das im Laufe eines Männerlebens nur raffinierter und kostspieliger gerät. Stammt es anfangs noch unverhohlen aus dem Spielzeugladen, greift der erwachsene Mann später zu PCs, HiFi- oder Heimkino-Anlagen, Handys oder Hightech-Fahrrädern. Rund um die Midlife-Crisis sind es dann immer „individuellere“, sprich spleenigere Autos. Manche Kinder bleiben sich aber auch treu und kultivieren zeitlebens ganz offen ihr Lieblingsspielzeug, die Modelleisenbahn. Vermutlich sind alle anderen Ausprägungen sowieso nur Sublimation¹.“ [Detlef Grell, Verliebte Jungs]

Ich würde sogar noch über die Aussage des Zitates hinausgehen und sagen, dass in der Informatik heutzutage mehr denn je spielerischer Umgang mit dem Computer gefordert wird. Sei es seit den 90er Jahren bei der Entwicklung und heutigen Etablierung eines graphischen Betriebssystems, mit dem der Kunde einen Computer quasi mit zwei Fingern per Maus steuern kann, sei es später beim „Boom“ des Internets, wo ein spielerisches Handeln, Kaufen und Verkaufen (www.e-bay.de) möglich wurde.

Umso wichtiger stellt sich die wirtschaftliche Frage, ob die klassischen Spielwaren bei dieser Flut an neuen Spielmitteln am Markt überhaupt noch Absatz finden können. Diese Diplomarbeit stellt eine beispielhafte Beobachtung für den Spielwarenmarkt in Nürnberg dar und soll zeigen, welches Marktpotential dort für den klassischen

¹ Sublimation = Auf eine höhere Ebene erheben, ins Erhabene steigern; verfeinern, veredeln.

Spielwarenmarkt existiert. Sie ist eine Ist-Aufnahme des Spielwarenmarkts in Nürnberg. Mit dieser statistischen Erhebung als Referenz könnte man in 5 bis 10 Jahren eine erneute Ist-Aufnahme durchführen und für diesen Zeitverlauf eine Trend-Analyse erstellen.

Im ersten Kapitel (1) wird der Begriff des heutigen Spielzeugs definiert, klassifiziert und für den weiteren Verlauf der Diplomarbeit eingegrenzt. Das zweite Kapitel (2) behandelt die Stadt Nürnberg als Spielwarenstadt. Im dritten Kapitel (3) wird auf der Basis des ersten und zweiten Kapitels der Spielwarenmarkt des Einzelhandels in Nürnberg beobachtet und eine Marktanalyse durchgeführt.