

**„Wir wollen den stationären Handel stärken und den Umsatz steigern“
Drei Fragen an den neuen Geschäftsführer von Silverlit Deutschland:**

Herr Bretthauer-Baum, Sie haben im Oktober letzten Jahres die Geschäftsführung von Silverlit Deutschland übernommen. Welche Punkte sind Sie als erstes angegangen?

Den Ausbau der Distribution und den Aufbau eines funktionierenden Vertriebsteams. Das sind Themen mit denen ich mich auch in diesem Jahr weiter beschäftigen werde.

Wir wollen breitflächig am Markt vertreten sein. Dafür ist es notwendig, den Kontakt zu unseren Einkäufern und Handelspartnern zu stärken. Unsere Produkte waren bisher vorwiegend in Warenhäusern und Supermarktketten zu finden. Ich möchte aber genauso den Spielwareneinzelhandel erreichen. Dafür müssen wir die bisherige, hauptsächlich auf Aktionen basierende Strategie ändern und auf ein ganzjähriges Sortiment setzen. Parallel dazu bauen wir im ersten Quartal 2020 ein eigenes Lager in Deutschland auf, um den Fachhandel bedarfsgerecht bedienen zu können.

Das Team erweitere ich gerade auf fünf festangestellte Mitarbeiter im Innen- und Außendienst und sieben Handelsvertreter. Damit haben wir die nötige Manpower, um die Distribution in den verschiedenen Regionen Deutschlands weiter auszubauen. Nach der Spielwarenmesse werden wir unseren Standort in Würselen bei Aachen nach Nürnberg verlegen. Das hat vor allem strategische Gründe. In der „Toy-City“ bin ich näher an unseren Handelspartnern und kann in den neuen Räumlichkeiten parallel auch einen attraktiven Showroom anbieten.

In welchen Produkten sehen Sie das größte Potenzial für den deutschen Markt?

Unser Schwerpunkt liegt auf den Marken YCOO und eXost, die bereits in europäischen Ländern wie Frankreich und Großbritannien ein großer Erfolg sind. Daran wollen wir anknüpfen. Unsere Fokusprodukte aus der eXost-Reihe sind der „Motodrift“ und der „Stunt Tank“ für Kinder ab fünf Jahre. Beide Fahrzeuge lassen sich mit einer Fernbedienung steuern und haben einige Tricks auf Lager. Während der Motodrift sich um 360 Grad dreht und driftet, überwindet der Stunt Tank mit seinen speziellen Ketten jedes Hindernis! Mit der 2,4 GHz-Technologie können mehrere Kinder gleichzeitig miteinander spielen und gleichzeitig gegeneinander antreten. Wettkampf und Kräftemessen ist vor allem unter Jungs im Vorschulalter ein wichtiges Thema.

Darauf setzen wir auch in der YCOO-Reihe. Ab Sommer wird es erstmals Ballon-Roboter geben. Mit dieser Neuheit verbinden wir innovative Technik mit traditionellem Spielzeug, nämlich Luftballons. Kinder lieben es, Luftballons zerplatzen zu lassen und das macht mit Robotern gleich doppelt Spaß. Das Set besteht aus zwei Kampfrobotern und 24 Luftballons. Diese werden am Roboterkopf angebracht. Anschließend bedienen Kinder ab fünf Jahren die beiden Roboter mit den dazugehörigen Fernbedienungen und verteilen Schläge bis einer der Ballons platzt.

Welche Ziele haben Sie für 2020?

Wir wollen zum einen unseren Umsatz um 20-25 Prozent steigern, zum anderen die Markenbekanntheit von Silverlit hierzulande weiter stärken. Das werden wir unter anderem durch eine geänderte Vertriebsstrategie erreichen, indem wir verstärkt auf den stationären Einzelhandel setzen und parallel unsere Marken in den Vordergrund stellen.

Zusätzlich planen wir einen crossmedialen Kommunikationsmix in relevanten Medien mit der Zielgruppe „Eltern“ und „Kinder“. Damit werden wir langfristig die Sichtbarkeit und damit auch die Markenbekanntheit steigern.