

Was sind Ihre Vorhaben für 2009?

Stadlbauer Marketing + Vertrieb wird mit attraktiven Produkten, die teilweise von uns entwickelt und produziert werden, die Internationalisierung stark vorantreiben. Unsere stärkste Eigenmarke ist Carrera, mit der wir der weltweit führende Hersteller von Autorennbahnen sind. Mit der Eigenmarke Bau-fix, dem Klassiker unter den Konstruktions-spielzeugen, und der Marke PlanToys, deren USP vor allem in der Kombination aus Umwelt und modernem Design liegt, ist Stadlbauer ebenfalls gut vertreten. Darüber hinaus führen wir die neuen Modelle des Top-10-Spielzeugs „EyeClops – das TV-Mikroskop“ ein, mit denen man die Welt über den Fernseher und den PC in bis zu 400-facher Vergrößerung neu entdecken kann. Die Produktrange reicht jedoch von der Markenwas-serspritze MIZUMI im Mangadesign bis zu einem Nachtsichtgerät für Kids und Erwachsene, das 2009 auf den Markt kommt. Dem-entsprechend wird das Jahr 2009 ähnlich tur-bulent und abwechslungsreich wie 2008.

Wie lief das Jahr 2008 für Ihr Unternehmen?

Gerade in diesem Jahr kam es darauf an, die richtigen Produkte anzubieten. Wir können insgesamt auf gute Zuwächse im Jahr 2008 verweisen, vor allem im Bereich Nintendo und Carrera.

Worauf sind Sie besonders stolz?

Mit der Einführung von „EyeClops – das TV-Mikroskop“ ist uns im deutschsprachi-gen Raum 2008 ein echter Coup gelungen, der mit dem Innovation Toy Award und der Auszeichnung „Top-10-Spielzeug 2008“ be-lohnt worden ist. Denn das Spielzeug für klei-ne und große Kinder sieht nicht nur toll aus, es ist auch sinnvoll. Man sieht die Welt mit ganz anderen Augen, wenn Haare wie dicke Seile oder Salzkörner wie Eisberge aussehen. Hier sind sich Handel, Entscheider und Medi-en ausnahmsweise einmal einig.

Wohin gehen die Trends in der Spielzeug-branche?

Gute, qualitativ hochwertige und stabile Mar-ken sowie innovative Produkte sind nach wie vor sehr gefragt. Produkte, die „in der Mit-te“ liegen, haben es sicher schwerer. Wicht-ig für unsere Branche ist es auch, eine breite Zielgruppe abzudecken – vom Kleinkind bis zum Erwachsenen – wir glauben fest an den „Homo ludens“. Dieser geht seiner Neigung unabhängig von Konjunkturschwankungen nach. Erfreulicherweise wird – wie bereits an-

gedeutet – das Holzspielzeug vom Konsumen-ten neu entdeckt. Ganz im Gegensatz dazu ist die Digitalisierung des Spielzeugs unge-brochen. Dies gilt unter anderem für unsere Marke Carrera, aber auch für lernorientier-te Systeme wie EyeClops oder LeapFrog mit dem sprechenden Professor Globus, der von Reisewegen bis hin zur Nationalhymne alles erklären bzw. abspielen kann. Angesagt sind

Spielend zum Erfolg

nach wie vor Marken wie Playmobil und Nin-tendo Wii, Nintendo DS lite und DS-Games wie Gehirnjogging.

Worin sehen Sie die Stärken Ihres Unter-nehmens?

Im Verständnis für die Bedürfnisse des Kon-sumenten in Verbindung mit Kreativität, un-serem globalen Marktüberblick und unserer stabilen, verlässlichen Firmenstruktur.

Was war Ihr Lieblingsspielzeug in Ihrer Kindheit?

Mein Lieblingsspielzeug war u.a. Playmo-bil und Carrera. Mein älterer Bruder hat mir beim Aufbauen der Playmobil Ritter, Piraten und Indianer geholfen, bei der Carrera Bahn musste ich leider immer warten, bis ich damit spielen durfte. Mein Bruder Andreas Stadlbauer ist Geschäftsführer unserer Unterneh-mensgruppe, und es macht uns beiden großen Spaß, in dieser Branche zu arbeiten. ■

Stadlbauer zählt zu den Top-Playern am Spielzeug-markt. 2008 erhielt das Familienunternehmen sogar den begehrten Innovation Toy Award.



Mag. Christine Stadlbauer
Marketingleitung Toys
Stadlbauer Marketing +
Vertrieb Ges.m.b.H

Zur Person

Christine Stadlbauer leitet das Marketing im gesamten Bereich Toys der Stadlbauer Marketing + Vertrieb Ges.m.b.H. Sie führt seit Jahren international die bekannten Toys-Marken des Familienunternehmens.

Unternehmensprofil

Die Salzburger Stadlbauer Marketing + Vertrieb Ges.m.b.H ist eine international führende Firmengruppe mit einem Produktportfolio, das sowohl Freizeit-, Unterhaltungs- als auch Lifestyleprodukte umfasst. Die Kernkompetenzen liegen in den Bereichen Marketing, Verkauf und Vertrieb. Stadlbauer hat sich zudem als ein global erfolgreicher Hersteller von qualitativ hochwertigen Produkten positioniert. Die Erfolgsgeschichte begann 1953, als Hermann Stadlbauer in Salzburg einen Großhandel eröffnete. Vor über 30 Jahren übernahm sein Sohn Dr. Dieter Stadlbauer die Geschäfte und spezialisierte sich auf Spielwaren.