

# HELESS GmbH

## INNOVATION UND TRADITION

EINBLICK IN DAS LEBEN EINES KMUs IN DER SPIELWARENBRANCHE



### EIN LEHRERRATSCHLAG

Die Geschichte von Heless fing an, als der Gummiwarenbetrieb der Eltern von Helga Hess in Dresden von der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik, am Ende der 40er Jahre, verstaatlicht wurde. Helga Hess und ihre Familie flohen nach Schwetzingen, eine Stadt in der Nähe von Heidelberg in Baden-Württemberg. Die 21-jährige folgte dem Rat eines ehemaligen Lehrers, welcher vorschlug Spielwaren zu produzieren, da diese während des Zweiten Weltkrieges verboten und dadurch sehr selten waren. 1949 generierte Helga Hess durch den Verkauf von Welpen ihrer Boxerhündin ein Startkapital, das ihr erlaubte das erste Puppenzubehör, wie Puppenschnuller und Fläschchen, eigenständig zu produzieren. Das Know How des früheren Gummiwarenunternehmens half ihr hierbei.

Nach dem Zweiten Weltkrieg investierte Helga Hess 1.000 DM, um ein auf Puppenzubehör spezialisiertes Spielzeugunternehmen zu gründen.

Das nach ihrem Namen benannte Unternehmen ist seitdem stetig gewachsen und seit 1981 ist die heutige alleinige Geschäftsführerin Beate Becker in dem Unternehmen ihrer Mutter tätig. Das Sortiment von Heless Produkten wurde weiter ausgebaut und konzentriert sich im Wesentlichen auf das Angebot einer einzigartigen Bekleidungskollektion für Puppen der handelsüblichen Größen. Daneben bietet Heless Puppenzubehör und Rollenspiellaccessoires, wie zum Beispiel zum Thema Doktor, Krankenschwester, Kochen und Waschen, sowie eine Badewannenspielerie *Bella Badezauber* an.



### TRADITION IM KERN DER INNOVATION



Die Entwicklung und das Designen von Heless Produkten finden direkt im Schwetzingener Unternehmensgebäude statt, während die Herstellung in spezialisierten Fachunternehmen in Deutschland als auch in China ausgelagert ist. Ein kleines, kreatives Team entwickelt jedes Jahr innovative Ideen, die auf die neuesten Trends beruhen. Somit hat Heless immer die aktuellsten Modetrends im Kinder- und Jugendbereich im Blick, um zum Beispiel angesagte Schnitte und Farbkombinationen für Puppen umzusetzen. Die ersten Ideen werden in Skizzen und Muster umgewandelt, bevor sie getestet und möglicherweise angepasst werden, um die Qualitäts- und Sicherheitsbestimmungen zu erfüllen. Heless verpflichtet sich, hochqualitative und sichere Produkte herzustellen, obwohl diese Vorschriften erhebliche finanzielle

und materielle Auswirkungen für das Unternehmen haben. Zum Beispiel wird die Auswahl von Materialien, die Heless für seine Produkte benutzen kann, durch diese Bestimmungen beschränkt. Um hierbei der Vielzahl an Normen gerecht zu werden, muss das Unternehmen auf die Ressourcen und Expertise externer Prüfinstitute zurückgreifen, um beispielsweise durch chemische Tests die Konformität der Produkte zu bestätigen.

Ein mittelständischer Spielwarenhersteller wie Heless benötigt innovative Fähigkeiten, um weiterhin wettbewerbsfähig im Spielwarensektor zu bleiben.

### MARKTNÄHE

Heless zählt auf ein starkes Netzwerk von spezialisierten regionalen und internationalen Spielzeuggläden, größerer Warenhäuser und Filialhandel. So können mitunter Informationen aus erster Hand über die aktuellsten Kinderwünsche für die Produktentwicklung berücksichtigt werden. Diese enge Beziehung mit Händlern und Verbrauchern sowie effiziente Entscheidungsprozesse und sehr schnelle Reaktionszeiten gibt Heless einen Wettbewerbsvorsprung, welcher sehr wichtig ist, um die vielfältigen Kinderwünsche zu erfüllen.

## GLOBALER ANSATZ

Ein Drittel des jährlichen Umsatzes von Heless ergibt sich aus dem internationalen Handel, der bis zu Staaten wie Japan oder Mexiko reicht.



Heless kann sich nicht auf einen einzigen Markt für seinen Erfolg verlassen und führt deswegen aktiv eine Internationalisierungsstrategie. Etwa ein Drittel des Umsatzes wird außerhalb von Deutschland erwirtschaftet – in erster Linie in anderen EU-Mitgliedstaaten, aber auch in Japan, Südafrika und Mexiko. Der internationale Handel kann aber anspruchsvoll und teuer sein. Zum Beispiel ist Heless nicht auf dem US-amerikanischen Markt tätig, da dieser zu hohe Auflagen im Bereich Haftpflichtversicherung für ein kleines Unternehmen im Vergleich zu den erwarteten Umsätzen erfordert. Um weiter global zu wachsen, ist es daher von großer Bedeutung für Heless, weiterhin die neuesten Produkte jährlich auf der weltgrößten Spielwarenmesse in Nürnberg darzustellen. Die aktive Teilnahme seit Beginn dieser Messe ermöglicht Heless, seine Beziehungen mit bereits vorhandenen Kunden zu vertiefen sowie neue Kontakte zu knüpfen.

## ABNEHMENDE SPIELZEIT

Heless ist fest davon überzeugt, dass das Spielen ein grundlegender Teil des Erwachsenwerdens ist und dazu beiträgt, dass Kinder wichtige Fähigkeiten für ihr künftiges Leben entwickeln. Heless Produkte fokussieren hauptsächlich Kinder in der Altersgruppe zwischen 3 und 8 Jahren – das Alter, in welchem Kinder am liebsten mit Puppen spielen. Diese Spielart ist notwendig, da Fantasienspiele – zum Beispiel wenn Kinder Puppen in ihr Spiel einbinden – ihre emotionale, soziale und psychologische Entwicklung fördern. Das Puppenspielen hilft Kindern auch, wichtige Fähigkeiten zu lernen – wie zum Beispiel Fürsorglichkeit, Verantwortung und Zärtlichkeit. Allerdings ist das Unternehmen darum besorgt, dass, trotz der anerkannten Vorteile des Spielens, die Spielzeit immer wieder durch andere multimediale Freizeitalternativen und die verstärkte Fokussierung auf Schulreife behindert wird.

Heless ist um die negativen Auswirkungen von ständigen begrenzten Spielmöglichkeiten auf die Kinderentwicklung besorgt.



**„Die Sicherheit ist natürlich die Höchstpriorität für seriöse Spielzeugunternehmen wie Heless. Allerdings begrenzt die Ausbreitung rechtlicher oft überflüssiger Anforderungen die Innovationsmöglichkeiten der Firma.“**

Beate Becker, Geschäftsführerin



**Deutschland** ist der drittgrößte Spielzeugmarkt in der EU mit jährlichen Absätzen von 2,7 Milliarden Euro. Dies entspricht mehr als 230 Millionen Spielzeugen. Mit über 670 Spielzeugunternehmen in Deutschland ist die Produktion hauptsächlich in den südlichen Bundesländern von Bayern und Baden-Württemberg konzentriert. Mehr als 40.000 Personen arbeiten in dem deutschen Spielzeugsektor. Der deutsche Spielzeugmarkt ist sehr saisonabhängig, da jedes vierte Spielzeug während der Weihnachtszeit eingekauft wird.

Die **Europäische Union (EU)** ist der weltgrößte Spielzeugmarkt (27% der jährlichen globalen Absätze), der die diversen und weiterentwickelten Wünsche seiner 79 Millionen Kinder verwirklicht. Mehr als 99% der knapp 5.000 in Europa tätigen Spielzeugunternehmen sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Mit mehr als 220.000 Personen, die in diesem Sektor in Europa beschäftigt sind, spielen Spielzeugunternehmen eine wesentliche Rolle im wirtschaftlichen Gefüge Europas. Die Spielzeugindustrie ist sehr international und ist einer der dynamischsten Wirtschaftssektoren in Europa: etwa 60% der auf dem Markt jährlich eingeführten Spielzeuge sind neu entwickelt. Der Sektor ist auch sehr saisonabhängig, da die Verbraucher am meisten während der Weihnachtszeit einkaufen.

Der **Deutsche Verband der Spielwarenindustrie e.V (DVSI)** vertritt die Interessen von 230 Unternehmen der deutschen Spielwarenbranche gegenüber Politik, Behörden, anderen Bereichen der Wirtschaft, der Wissenschaft und den Medien. Der DVSI steht für mehr als 80% der Spielwaren in Deutschland. Selecta Spielzeug ist Mitglied des DVSI.

**Toy Industries of Europe (TIE)** ist der europäische Verband für die Spielzeugindustrie. Mitglieder erfassen sowohl Unternehmen als auch nationale Verbände aus ganz Europa, wie den DVSI.

