Editorial

Die Krise der deutschen Lizenzindustrie ist noch nicht vorbei. Viele Lizenznehmer stehen unter anhaltendem Druck. Der Spielwarenhandel meldet ein Minus für 2002. Man mag sich gar nicht vorstellen, wie das Jahr ohne Unterstützung aus Mittelerde und Hogwarts ausgefallen wäre. Die Ursache der Krise scheint auf den ersten Blick klar. Der allgemeine Konsumrückgang trifft Lizenzprodukte besonders. Lebensnotwendig sind die Tasse zum Film, die Mütze zur Serie schließlich nicht. Aber gibt es überhaupt eine Kaufzurückhaltung in der Kernzielgruppe? Kinder und Jugendliche hätten mehr Geld denn je zur Verfügung, sagen jedenfalls übereinstimmend die Marktforscher. Geben die Kids ihre Euro nicht aus oder erreicht manches Lizenzprodukt seine Zielgruppe nicht?

In der Krise ist es um so wichtiger, dass die Lizenzbranche über sich selbst Bescheid weiß. Die Studie des Fachverbandes ELMA liefert die bisher breiteste Datenbasis und die Erkenntnis: Die Lizenzindustrie ist deutlich größer als nach bisherigen Untersuchungen angenommen. Will die Branche sich in Deutschland langfristig festigen und wachsen, ist noch deutlich mehr Transparenz nötig. Die Studien von ELMA und LIMA sind allenfalls ein Anfang. Zu einer Etablierung gehört auch, dass sich die Lizenzbranche mit einer eigenen Messe ein Gesicht gibt. Das ist – nachdem Advanstar das Handtuch geworfen hat – keine leichte Aufgabe.

Helmut Spörl
Redaktionsleiter

Jahresbilanz Unitedlabels

Gewinnzone erreicht

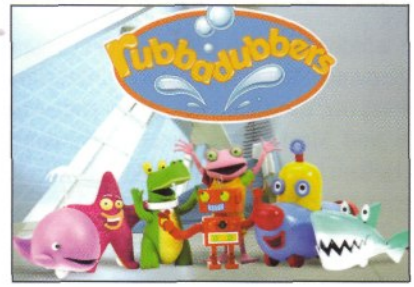
Münster (frh) - Mit einem positiven EBIT von rund 510.000 Euro und einer Umsatzsteigerung von acht Prozent gegenüber dem Vorjahr schreibt die Unitedlabels AG 2002 wieder Gewinne.

Blickt positiv in die Lizenzzukunft: Peter M. Boder

Vor zwei Jahren schrieb die Unitedlabels AG, Lizenzspezialist für Comicware, mit einem EBIT von fast 9 Mio. Euro zum Ende des 4. Quartals noch rote Zahlen. Kostensenkungen im Bereich Personal (minus 19 Prozent), sonstige Aufwendungen (minus 20 Prozent) und eine höhere Produktivität in allen Bereichen haben nach vorläufigen Unternehmensangaben im 4. Quartal des Vorjahres zu einer Umsatzsteigerung von 3 Mio. Euro auf 35,8 Mio. Euro (2001: 32,8 Mio. Euro) und einem positiven EBIT von rund 510.000 Euro geführt. Dies sei eine Verbesserung um 9 Mio. Euro gegenüber 2001, teilte Unitedlabels weiter mit. Aufgrund der momentanen Entwicklungen im Groß -und Einzelhandel stelle Unitedlabels zwar eine eher zurückhaltende Prognose für das laufende Geschäftsjahr, dennoch rechnet das Unternehmen nach eigenen Angaben mit einem Umsatz von 37,5 Mio. Euro und einem EBIT von 1 Mio. Euro. Darüber hinaus hat die Unitedlabels AG ihr Plüschangebot erweitert und wird in diesem Frühjahr mit einer eigenen Babykollektion im Handel vertreten sein. Auch sei die Einführung eines europaweiten Vertriebscontrollings sowie der europäische Ausbau des B2B-Geschäfts in Planung. Zudem stehen Händlern nun zwei Hauptkataloge von Unitedlabels zur Verfügung, die durch saisonspezifische Spezialkataloge abgerundet werden.

Rubbadubbers kommen 2003

Köln (frh) – Der deutsche Produktlaunch für „Rubbadubbers", die neue Animationsserie von HIT Entertainment und dem Animationsstudio Hot Animation, ist für 2004 vorgesehen. Ab Herbst 2003 zeigt Super RTL in 26 Episoden à 10 Minuten das geheime Leben von sieben Badewannenfiguren. Master Toy Licensee (außer in Japan) ist Hasbro, der laut Super RTL auch eine Badespaßlinie (Grosvenor) in den Handel bringen wird.



Hamtaro-DVD ab 3. März

München (frh) – Die auf RTL 2 gesendete Animéserie „Hamtaro" kommt ab 3. März 2003 von Polyband auf DVD und VHS in Deutschland, Österreich und der Schweiz in die Kaufhausregale. Wie Polyband weiter mitteilte, werde das Unternehmen den DVD- und Videorelease mit Marketingaktionen und Cross-Promotionmaßnahmen mit anderen Lizenznehmern wie RTL 2, Hasbro, Nintendo und BMG Ariola Media begleiten.

Superstar-Show an Chartspitze

Köln (frh) – Zur RTL-Musik-Show „Deutschland sucht den Superstar" kommen nach Angaben von RTL Enterprises noch in diesem Monat ein Buch und ein Magazin auf den Markt. Zudem seien weitere Lizenzartikel wie Tonträger, T-Shirts, Fotocards, Tassen, Buttons, Caps und Teddys in Vorbereitung. Die von Jurymitglied Dieter Bohlen komponierte und von den zehn Finalisten gesungene Single „We have a Dream" ist weiterhin auf Platz eins der Deutschen Singlecharts und erreichte bereits Goldstatus.

Das Magazin zur Sendung