

# FOKUS



## HANDEL IM WANDEL

Firmenporträt Carletto Gastbeitrag Die Schweiz  
profitiert vom Freihandel Success-Story Xantron



# CARLETTO FÖRDERT DIE FREUDE AM SPIEL

Der Handel mit Spielwaren verlangt viel Sachverstand und Fingerspitzengefühl. Carletto kennt sich in dieser verantwortungsvollen Branche bestens aus. Das Unternehmen gehört zu den führenden Anbietern in Europa.

«Das Spannendste am Spiel ist der Mensch», sagt Peter Gygax, Inhaber und CEO der Carletto AG in Wädenswil. «Die unberechenbare Komponente des menschlichen Handelns ist das eigentliche Salz in der Suppe.» Die Freude am Spiel und am Spielen fängt an, wenn man ganz klein ist, und hört meistens im Erwachsenenalter nicht auf. Daran vermag auch die Digitalisierung mit ihrem riesigen Angebot an Onlinespielen nichts zu ändern. Wer meint, der Spieltrieb würde mehr und mehr in den virtuellen Raum abwandern, irrt. Peter Gygax hat festgestellt, dass viele Onlinegamer irgendwann wieder in die analoge Welt zurückkeh-

ren. «Analoge Spiele sind nach wie vor gefragt. Der Spielwarenmarkt boomt weltweit sogar», stellt er fest. Das freut ihn natürlich.

#### Führender Spezialist

Das Unternehmen hat er mit seinem Vater Helmut zusammen 1986 gegründet und über die Jahre zu einem führenden Spezialisten für den Aufbau und die Distribution von markenzentrierten Spielwaren aufgebaut. Carletto ist heute ein leistungsstarker Partner des Spielzeughandels in Europa. Die Philosophie für den Erfolg umschreibt Peter Gygax, seit 2000 CEO der Firma, so: «Unser Unternehmen steht für



Neue Spielideen werden eingehend geprüft. Die meisten fallen durch.



## CARLETTO-GRUPPE

Zur Carletto-Gruppe gehören die Unternehmen Carletto Schweiz AG (Wädenswil), Carletto Management & Logistik AG (Wollerau), Carletto Deutschland GmbH (Deutschland, Österreich) und Carletto Asia Limited (Hongkong).

Die Gruppe beschäftigt rund 80 Mitarbeitende und erzielt einen Umsatz im mittleren zweistelligen Millionenbereich.

Der Hauptsitz der Carletto AG befindet sich in Wädenswil am Zürichsee, von dort aus werden alle Aktivitäten gesteuert. Der Standort in Nürnberg betreut die Märkte Deutschland und Österreich. Das Carletto Logistik-Center in Wollerau bedient sowohl Carletto als auch über ein Dutzend weitere Kunden mit logistischen Dienstleistungen.



Frage an Peter Gygax,  
Inhaber und CEO Carletto AG

### FOKUS: Sie unterteilen Ihr Sortiment in vier Segmente. Nach welchen Kriterien?

Wir bieten für die Kleinsten unserer Kundinnen und Kunden «Dolls und Soft Toys» an, also Puppen und Kuscheltiere. Sie zählen zu den wichtigsten Spielzeugen von Kindern. Sie sind häufig Objekte der Fantasie und der Kreativität, sogar echte Gefühlsverstärker und Lebensbegleiter. Manchmal hält die Freundschaft ein ganzes Leben lang.

Ein zweites Segment ist «Arts und Crafts». Kinder malen mit Begeisterung und basteln stundenlang mit Fingern, Malstiften und Pinseln, mit Schere oder Papier. Carletto ist überzeugt, dass man Kinder möglichst früh unterstützen sollte, um ihr kreatives Potenzial zu wecken und ihr Improvisationstalent zu fördern.

Eine weitere Produktgruppe nennt sich «Traditional Toys». Die Welt verändert sich, aber die Art und Weise, wie Kinder spielen, hat Bestand. Alles Spielen folgt einfachen Ideen und Regeln. Ob Kugelbahnen, Bausätze oder kleine Bagger, Figürchen oder Miniatureisenbahnen, sie alle fördern die Spiellust und regen zum Entdecken an.

Und schliesslich haben wir ein fast unendliches Sortiment, das eher auf Familien und Erwachsene ausgerichtet ist, nämlich «Games und Puzzles». In diesem Bereich sind wir in der Schweiz Marktführer. Mit Gesellschaftsspielen lernt man zu gewinnen, aber auch zu verlieren, entwickelt Empathie und entdeckt Glück und Pech. Kurz gesagt: Solche Spiele fördern das soziale Verhalten und das Gemeinschaftsgefühl und machen erst noch viel Spass.

## «WIR BEVORZUGEN QUALITATIV HOCHWERTIGE PRODUKTE MIT EINEM LANGEN LEBENSZYKLUS UND EINER MARGENSICHERHEIT FÜR UNSERE KUNDEN.»

Peter Gygax,  
Inhaber und CEO Carletto AG

Produkte von ausgesuchter Qualität mit hohem Spielwert. Wir bevorzugen qualitativ hochwertige Produkte mit einem langen Lebenszyklus und einer Margensicherheit für unsere Kunden. Wir arbeiten mit Leidenschaft und Engagement für die spannendste Zielgruppe der Welt, die Kinder.»

Aber nicht nur. Auch Jugendliche und Erwachsene gehören zur Welt der Spiele. Dies zeigte sich eindrücklich zu Beginn des Jahres während des Corona-Lockdowns. «Der Absatz von Puzzles und Familienspielen ging buchstäblich durch die Decke», blickt Peter Gygax auf diese intensive Zeit zurück. «Spiele und Puzzles spornen Konzentration und Gedächtnis an und schulen das logische und strategische Denken. Sie fördern das Gemeinschaftsgefühl. Deshalb waren sie beim Rückzug der Gesellschaft in die eigenen vier Wände so gefragt. Aber natürlich dienen Spiele auch der Unterhaltung und Zerstreuung.»

### Nur das Beste

Täglich, ja stündlich werden weltweit neue Spiele erfunden. Aber längst nicht alles ist brauchbar. Im Gegenteil, eigentlich sind die wenigsten Neuheiten wirklich nachhaltig, hat Peter Gygax festgestellt. Viele sind qualitativ ungenügend, sei dies aufgrund der verwendeten Materialien oder der wenig zündenden Spielidee. Carletto ist diesbezüglich anspruchsvoll, sehr sogar. «Das Motto «Nur das Beste für das Kind» ist keine hohle Phrase», betont der CEO, «es ist unsere Kultur seit über dreissig Jahren.» An erster Stelle steht die Sicherheit der Produkte. Keine bedenklichen oder gar

giftigen Stoffe, keine Teile, die Kleinkinder verschlucken könnten. Deshalb sind alle von Carletto vertriebenen Spielwaren geprüft und zertifiziert.

### Soziale Verantwortung

Ein weiterer zentraler Punkt der Firmenphilosophie ist die soziale Verantwortung. Die gilt nicht nur für den eigenen Betrieb. Carletto prüft beispielsweise, wie die Produkte hergestellt werden. Die Lieferanten müssen sämtliche gesetzlichen Regulierungen einhalten und ihre Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und den eigenen Lieferketten jederzeit wahrnehmen. Eine anspruchsvolle Aufgabe, bezieht Carletto doch Waren aus der ganzen Welt, sei dies aus Südamerika, Sri Lanka, China oder Europa.

### Markt im Wandel

Gespielt wird seit Urzeiten. Daran hat sich nichts geändert. Verändert hat sich jedoch der Markt. «Der Detailhandel befindet sich im Umbruch», sagt Peter Gygax. Das Volumen sei zwar konstant stabil, verändert habe sich jedoch das Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden. «Kleine Läden mit Spielwaren im Sortiment haben zunehmend einen schweren Stand. Steht dann irgendwann die Nachfolge für das Ladengeschäft an, bedeutet das häufig das Ende.» Der Onlinehandel erobert sich langsam, aber stetig ein immer grösseres Stück des Kuchens. Amazon oder Alibaba steigern ihren Marktanteil kaum sichtbar, aber deutlich spürbar. Auch für Carletto.

Das Unternehmen beliefert rund 4 500 Kundinnen und Kunden aller Grössen und zeigt sich bewusst flexibel bei den Bestellmengen. «Der Tante-Emma-Laden ist uns so lieb wie der Grossverteiler», betont Peter Gygax. Von Wollerau und Nürnberg aus beliefert Carletto die unterschiedlichsten Branchen wie Spielwarenläden, den Buchhandel, Kioske, Boutiquen oder Warenhäuser. Von den rund 15 000 Produkten im Sortiment sind rund zwei Drittel jederzeit ab Lager abrufbar. Aber eben: Immer mehr Kleine geben auf.

### Innovationen

Für Carletto bedeutet dies, weiterhin innovativ zu sein, keine Trends zu verpassen. «Wichtig ist, dass wir mit Haut und Haar in den Mikrokosmos der Spiele eintauchen», umschreibt Peter

«DER HANDEL MIT SPIELWAREN HAT SICH GRAVIEREND VERÄNDERT. GEBLIEBEN IST, DASS IHRE DISTRIBUTION JEDE ART VON UNTERSTÜTZUNG, ZEIT UND GEDULD BRAUCHT.»

Peter Gygax,  
Inhaber und CEO Carletto AG

Gygax die Zielsetzung. «Wir sind deshalb nonstop unterwegs auf allen Messen der Welt und pflegen ein feines Netzwerk, damit wird umgehend Neuheiten auf dem Markt erahnen können.» Neue Spielgeräte oder Spielwaren werden zuerst hausintern geprüft. Wöchentlich wird dazu ein Meeting durchgeführt. Anschliessend holt man sich ein kompetentes Urteil ein, häufig von Kindern. In sogenannten Fokusgruppen, eben beispielsweise in Kindergärten, werden die neuen Spielideen getestet und bewertet.

#### Marken aufbauen

Carletto handelt nicht «nur» mit Spielwaren, sondern hilft ihren Lieferanten auch, sich mit ihren Marken im Markt zu etablieren. Der Aufbau einer Marke erfordert grosse Sachkenntnis, Geschick und Geduld. Man muss die Märkte und das Kundenverhalten genau kennen und wissen, wo und wie ein Produkt am Verkaufspunkt präsentiert werden muss. Car-

letto hat schon vielen grossen Marken zum Durchbruch verholfen. Das kann allerdings auch zu einer Gratwanderung werden. «Wenn wir zu erfolgreich sind, kann ein Lieferant das Gefühl bekommen, das Ganze sei ein Selbstläufer und es brauche uns nicht mehr, weil er den Markt auch allein bearbeiten könne», bedauert Peter Gygax. «Fast immer geht es dann schief. Aber für uns ist das jeweils ein schwacher Trost.»

#### Eigene Marken

Carletto sieht sich selber nicht als Trendsetter. So ganz allerdings stimmt diese

Selbsteinschätzung nicht. Denn in ihrem Portfolio führt sie die zwei Eigenmarken «Gamefactory» und «Arista». «Manchmal müssen wir das Heft in die eigene Hand nehmen», erklärt Peter Gygax diese zwei Ausnahmen. «Nicht, weil wir etwas besser können als unsere Partner, sondern weil wir an etwas glauben, wo andere eher zweifeln. Drei Spielespezialisten sorgen intern dafür, dass Carletto auch mit ihren Eigenmarken immer wieder mit Innovationen glänzen kann.»

LINK [www.carletto.ch](http://www.carletto.ch)



**Drei Spielespezialisten sorgen intern dafür, dass Carletto immer wieder mit Innovationen glänzen kann.**

#### EIGENE SHOWROOMS

Carletto bietet seit einigen Jahren mit ihrem B-to-B-Shop seinen Handelspartnern ein Modell, um rund um die Uhr einfach, bequem und schnell zu ordern. «Die Wahrheit ist jedoch: Optimierte Prozesse sind wichtig, aber lebende Showrooms notwendig», sagt Peter Gygax. «Unsere qualifizierten Mitarbeiter präsentieren dort intelligente und individuelle Vermarktungskonzepte – ob für den Verkaufspunkt oder die klassische Werbung.»



#### FIRMENGESCHICHTE IM ZEITRAFFER

1986

Gründung der Carletto AG Schweiz durch Helmut und Peter Gygax

1990

Carletto etabliert ihr erstes IT-System

2000

Peter Gygax übernimmt von seinem Vater Helmut die operative Führung als CEO

2009

Gründung der Carletto Deutschland GmbH

2010

Erster Messestand auf der internationalen Spielwarenmesse in Nürnberg

2013

Gründung der Carletto Asia Ltd. in Hongkong

2015

Das Arvato-Toy-Logistikzentrum in Verl wird in Betrieb genommen

2016

Start der Carletto Management & Logistik AG Schweiz

2018

Game Factory gewinnt den französischen Spielpreis As d'Or Jeu de l'Annee Enfant