



Nr.

1

Herausgeber: Alfred G. Kropfeld

SPIELZEUG international

# messetrends

Aktuelle Sonderausgabe zur 66. Spielwarenmesse

28. Januar 2015



Deutsch/English

SPIELWARENMESSE

## „Bärenstarke Spielwarenindustrie“

Auf der Eröffnungsfeier der Spielwarenmesse wurde der Bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer gefragt, was er mit zu den Sternen nehmen würde. Der musste nicht lange überlegen: Seine Staatskanzlei, seine Familie und seine Märklin HO!

Die Welt kommt nach Franken und Nürnberg ist der Mittelpunkt und die Hauptstadt der Spielwarenbranche des gesamten Globus.

Der sichtlich bestens gelaunte Ministerpräsident nannte die bayerische Spielwarenindustrie beispielhaft: „Sie ist wie der gesamte Freistaat bärenstark!“

Lobende Worte hatte Seehofer für CEO Sieber und COO Weiler (Fa. Simba Dickie Group) für die Rückholung der Produktion des Holzspielzeugherstellers Heros nach Bayern. Nachahmung sei erwünscht.

Zuvor hatte OB Dr. Ulrich Maly die Renovierung der alten Hallen angekündigt und zudem würden Überlegungen angestellt, wie der Platz zwischen Halle 3A und U-Bahn genutzt werden könnte. Last, but not least konnte Spielwarenmesse-Chef Ernst Kick von einem Allzeithoch bei den Ausstellerzahlen berichten.

Im Rahmen der Eröffnungsfeier wurden auch die Toy Awards verliehen (siehe hierzu Seite 6).

**Slap Snap Bands**

**CRAZE loops**  
Loop your Style!

**Stand A-03 Hall 6**

**spielwarenmesse®**  
Nuremberg 28 Jan - 2 Feb 2015

**AND MORE LOOPS PRODUCTS**

ONLY FOR GIRLS

ONLY FOR BOYS

Boys-Edition

DREAMWORKS DRAGONS

MEGA-BOX

SCORPILoop

©Disney

MORE PRODUCTS:

STAR WARS

Disney DIE EISKÖNIGIN VOLLIG UNVERFÄLCHT

DREAMWORKS DRAGONS

Mia and me





Nr.

1

28. Januar  
2015

Herausgeber: Alfred G. Kropfeld

**SPiELZEUG**  
international

# messetrends

Aktuelle Sonderausgabe zur 66. Spielwarenmesse



Deutsch/English

SPIELWARENMESSA

## „Bärenstarke Spielwaren industrie“

**A**uf der Eröffnungsfeier der Spielwarenmesse wurde der Bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer gefragt, was er mit zu den Sternen nehmen würde. Der musste nicht lange überlegen: Seine Staatskanzlei, seine Familie und seine Märklin HO!

Die Welt kommt nach Franken und Nürnberg ist der Mittelpunkt und die Hauptstadt der Spielwarenbranche des gesamten Globus.

Der sichtlich bestens gelaunte Ministerpräsident nannte die bayerische Spielwarenindustrie beispielhaft: „Sie ist wie der gesamte Freistaat bärenstark!“

Lobende Worte hatte Seehofer für CEO Sieber und COO Weiler (Fa. Simba Dickie Group) für die Rückholung der Produktion des Holzspielzeugherstellers Heros nach Bayern. Nachahmung sei erwünscht.

Zuvor hatte OB Dr. Ulrich Maly die Renovierung der alten Hallen angekündigt und zudem würden Überlegungen angestellt, wie der Platz zwischen Halle 3A und U-Bahn genutzt werden könnte. Last, but not least konnte Spielwarenmesse-Chef Ernst Kick von einem Allzeithoch bei den Ausstellerzahlen berichten.

Im Rahmen der Eröffnungsfeier wurden auch die Toy Awards verliehen (siehe hierzu Seite 6).

Foto: Alex Schelbert / Spielwarenmesse eG



**NEWS** .....

**MATTEL**

**Rücktritt von Stockton**

Am 26. Januar 2015 gab Mattel Inc. die Berufung von **Christopher Sinclair** als Chairman und Interim-CEO bekannt. **Bryan G. Stockton** war von diesen Funktionen als auch vom Amt im Board of Directors zurückgetreten. Sinclair ist seit 1996 im Mattel-Aufsichtsrat, führende Funktionen übte er u.a. bei Investmentfirmen sowie Caribiner International, Quality Food und PepsiCo. aus. Für 2014 meldete Mattel einen Umsatz von 6,02 Mrd. US\$ (5,37 Mrd. €) gegenüber 6,58 Mrd. US\$ in 2013, der Ertrag fiel – auch aufgrund der Übernahme von Mega Brands in 2014 – von 903,9 Mio. US\$ auf 498,9 Mio. US\$. Im vierten Quartal war der Umsatz um 6 Prozent (3 Prozentpunkte aufgrund negativer Währungseinflüsse) auf 1,99 Mrd. US\$ gesunken.

On January, 26<sup>th</sup>, Mattel announced that Bryan G. Stockton has resigned as Chairman/CEO and from the Board of Directors. The company names Christopher A. Sinclair as Chairman and Interim CEO, he served as a member of Mattel's Board of Directors since 1996 and as Independent Lead Director since 2011. Worldwide net sales 2014 were US\$6.02 billion, down 7 percent compared to US\$6.48 billion last year.

**SCHLEICH**

**CEO Dirk Engehausen an der Spitze**

Am 26. Januar 2015 wurde **Dirk Engehausen** (50) zum neuen CEO der Schleich Gruppe mit Verantwortung für Marketing, Vertrieb, Strategie und Personal berufen, der bisherige CEO Dr. Thomas van Kaldenkerken (51) kehrt nach zwei Jahren in den Beirat zurück. Engehausen war bis Ende 2013 Vorstand der Lego Gruppe, danach Tchibo-Vertriebsvorstand und seit Mitte 2014 Mitglied des Beirates von Schleich. Er ist wie van Kaldenkerken maßgeblich am Eigenkapital der Gesellschaft beteiligt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr steigerte Schleich



Dirk Engehausen

seinen Umsatz auf 113 Mio. € (rund 6 Prozent) und die Mitarbeiterzahl auf 341 (+8 Prozent). Der zweite Gf. Erich Schefold (54) ist weiterhin CFO und COO. Dem Beirat gehören Prof. Dr. Konrad Hilbers (51), zuvor u.a. CEO von Napster, HSE24 und Quelle, Reinhard Springer (66), Gründer und langjähriger CEO der Werbeagentur Springer & Jacoby, sowie Caspar von Meibom (44) vom Hauptgesellschafter Ardian an.

Schleich names Dirk Engehausen as new CEO; he had leadership roles at Lego (20 years) and Tchibo. Dr. Thomas van Kaldenkerken returns to the Board of Directors after two years leading the company with its famous animal play worlds (€ 113 million in 2014).

**HASBRO**

**Neue Verantwortungen**

Für die zukünftigen Herausforderungen im deutschen Markt ist Hasbro personell neu aufgestellt: **Roger Balsler**, sechs Jahre Vertriebsdirektor und General Manager für die DACH-Region, leitet als General Manager die strategischen Wachstumsmärkte Mittlerer Osten, Afrika sowie alle Distributoren-Märkte. **Tomek Micek**, bisher Ost- und Südosteuropa, übernimmt zusätzlich als General Manager die DACH-Region sowie den Mittleren Osten und Nord-Afrika. Der bisherige deutsche Vertriebschef **René Wörns** zeichnet als Vertriebsdirektor verantwortlich für die europäische Strategie im Online- und



Roger Balsler



Tomek Micek

Discount-Handel. Marketingleiter **Markus Großweischede** verantwortet als Commercial Director DACH zusätzlich auch den Vertrieb.

In his position as general manager, Roger Balsler is in charge of the strategic growth markets in the Middle East and Africa alongside all distributor markets. General manager Tomek Micek extends his responsibilities in Eastern and South Eastern Europe to cover the GAS region, the Middle East and Northern Africa. René Wörns, on his part, will be sales director in charge of the European strategy in the online and discount sectors. Marketing manager Markus Großweischede will now also be responsible for distribution in his position as GAS commercial director.



René Wörns



Markus Großweischede



**messtrends** Nr.2 erscheint am 29. Januar 2015 und ist kostenlos am Stand von **SPIELZEUG international** erhältlich. **Foyer Halle 12.0**

LEGO

# Fester Platz auf Wunschzetteln der Kinder

Im Geschäftsjahr 2014 ist es der Lego GmbH erneut gelungen, sich mit ihren Produkten einen festen Platz auf den Wunschzetteln der Kinder in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu sichern. So konnte das Unternehmen laut Datenerhebungen der npdgroup Deutschland mit einer Steigerung der Consumer Sales um 7,9 Prozent in Deutschland und 12,4 Prozent in der Schweiz erneut ein stabiles Wachstumsergebnis erzielen. In Deutschland stieg der Marktanteil 2014 um 0,3 Prozentpunkte auf 17,4 Prozent. In der Schweiz verzeichnete der Spielwarenhersteller mit einem Marktanteil von 18,8 Prozent ein Wachstum um 1,5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Für Österreich antizipiert das Unternehmen ähnliche Tendenzen wie in Deutschland. „Wir freuen uns sehr, dass es uns auch 2014 gelungen ist, in einem herausfordernden Markt zu wachsen und zu einer insgesamt dynamischen Marktentwicklung beizutragen. Besonders stolz sind wir darauf, dass unsere Produkte immer wieder aufs Neue begeistern und Kinder zum kreativen Bauen anregen“, sagt Michael Kehlet, Geschäftsführer der Lego GmbH anlässlich einer Pressekonferenz am Vortag der Spielwarenmesse.

## Kernlinien weiterhin beliebt

Wichtige Faktoren für den Erfolg waren 2014 erneut Kernlinien des umfangreichen Lego Sortiments. Wie bereits in den Vorjahren trugen unter anderem Lego City, Lego Technic und Lego Friends, die auf einem realitätsnahen Bau- und Spielerlebnis basieren, zur positiven Entwicklung in Deutschland, Österreich und der Schweiz bei. „Wir sind und bleiben stark in unseren Kernlinien. Darüber hinaus setzen wir mit unseren fantasievollen Spielthemen wie Lego Chima oder Lego Ninjago immer wieder neue Impulse“, sagt Michael Kehlet. Das richtige Gespür für die zeitgemäße Interpretation ihrer Produkte hat die Lego GmbH im vergangenen Jahr unter anderem mit den Bausets zum Kinofilm „The Lego Movie“ unter Beweis gestellt.



Michael Kehlet, Geschäftsführer der Lego GmbH

## Abenteuerliche Spielwelten als Highlights

Das Comeback des Jahres feiert Lego 2015 mit der Lego Ninjago Reihe und reagiert damit auf die Wünsche der großen und kleinen Fans nach einem Ausbau der erfolgreichen Produktlinie. Neben 20 spannenden Bausets können sich Fans der Linie auf ein neues Spielkonzept freuen: die Airjitzus – ein Outdoor-Spielspaß, der die Ninja in neue Höhen aufsteigen lässt. Das Lego „Star Wars“-Universum wird durch Produktneuheiten zum Start der neuen Episode des Filmklassikers ergänzt. Außerdem erscheinen neue Lego Bausets zur „Star Wars Rebels“-TV-Serie, genauso wie neue Raumschiffe, begehrte Minifiguren und die beliebten Microfighter zu den klassischen „Star Wars“-Filmen.

## Neues für kleinere und größere Kinder

Als weitere Neuheit im Portfolio präsentiert die Lego Gruppe die fantasievolle Lego Elves Reihe. Die Heldin der Produktlinie, Emily Jones, lässt vor allem ältere Kinder spielerisch in die zauberhafte Welt der Elfen eintauchen und ermöglicht ihnen ein magisches Spielerlebnis.

Neuheiten für die Kleinsten gibt es darüber hinaus im Lego Duplo Sortiment: Mit Sets für die jüngsten Baumeister können bereits Kinder ab 1,5 Jahren

lehrreiche Alltagswelten und ihre Lust am Bauen entdecken. Weitere Sets, mit denen Kinder in den ersten Lebensjahren realitätsnahe Abenteuer erleben und in märchenhafte Welten eintauchen können, runden den Mix des umfangreichen Lego Duplo Sortiments aus Alltags-, Realitäts- und Fantasiewelten ab.

Zu den verschiedenen Spielwelten im Lego Sortiment erklärt Michael Kehlet: „Mit den verschiedenen Lego Themenwelten wollen wir Jungen und Mädchen ein möglichst vielfältiges Angebot für alle Altersklassen und Interessen bieten, das optimal auf ihre Bedürfnisse abgestimmt ist, ihre Kreativität fördert und ihnen endlose Stunden Spiel- und Bauspaß ermöglicht.“

 According to the data collections compiled by npdgroup Deutschland, Lego GmbH raised their consumer sales by 7.9 per cent in Germany, and by 12.4 per cent in Switzerland in the 2014 fiscal year. Hence, the group recorded stable growth once again. In Germany, the company's market share climbed up 0.3 per cent in 2014 to 17.4 per cent. In Switzerland, the toy manufacturer accounted for a market share of 18.8 per cent, which implies a 1.5 per cent growth over the previous year. As far as Austria is concerned, the group anticipates a development similar to that in Germany.

# ToyAward 2015 – Gewinner stehen fest

Elf fachkundige Jurymitglieder aus Deutschland, Frankreich und Großbritannien hatten im Vorfeld der Spielwarenmesse unter 601 Produkten (2014: 491) von 318 Unternehmen (2014: 271) zu entscheiden. Auf der gestrigen Eröffnungsfeier wurde der „ToyAward 2015“ in vier Kategorien verliehen. Nominiert waren „Little Red Riding Hood Book“ (Lilliputiens) und „Minitivity“ (Selecta) für Kleinkinder, „LexiBox“ (Lexibook) und „Mental Blox

Critical Thinking Challenge“ (Learning Resources) für Kinder ab 3 Jahren, „Roco Next Generation – Basic Set“ (Modelleisenbahn München) und „Spinderella“ (Noris) für Kinder ab 6 Jahren sowie „Snake Oil“ (Amigo) und „Sky Rover Voi-Smart“ (Alpha Animation) für „Teenager & Family“. Alle Nominierten, Preisträger sowie andere einfallreiche Spielideen werden vom 28. Januar bis 2. Februar 2015 in der TrendGallery der Halle 3A ausgestellt.

## Baby & Infant (0-2 Jahre)



Roll Around Rattles  
Skip Hop



 In the run-up to 66<sup>th</sup> Spielwarenmesse the jury of eleven experts was faced with the unenviable task of identifying toys with potential for the award. This year 318 companies (2014: 271) sent in 601 products (2014: 491). The jury nominated three products each from the four different age categories. These are the lucky winners at the Spielwarenmesse opening ceremony yesterday. Trade visitors can view the winners and all nominations in the TrendGallery, Hall 3A: “Little Red Riding Hood Book“ (Lilliputiens) and “Minitivity“ (Selecta) for toddlers; “LexiBox (Lexibook) and “Mental Blox Critical Thinking Challenge“ (Learning Resources) for children 3+; “Roco Next Generation – Basic Set“ (Modelleisenbahn München) and “Spinderella“ (Noris) for children 6+; “Snake Oil“ (Amigo) and “Sky Rover Voi-Smart“ (Alpha Animation) for category Teenager & Family.

## SchoolKids (6-10 Jahre)



Zoomer Dino  
Spin Master

## PreSchool (3-5 Jahre)



Highwayfreak  
Scoot & Ride

## Teenager & Family (ab 11 Jahre)



Hobbyzone Sport Cub Safe  
Horizon

## Entdecken Sie unsere 5 NEUEN shuffle -Kartenspiele

© 2014 Hasbro. All rights reserved.  
Licensed by Hasbro.



© Disney/Pixar. © Disney




**Jetzt NEU!**

Powered by  
**ASS**  
ALTENBURGER

Besuchen Sie uns an unserem Stand: Halle 10.1, B06/C11.

BRUDER

## Um 9 Prozent gewachsen

Für Bruder Spielwaren war 2014 das erfolgreichste Geschäftsjahr seit der Gründung 1926 – mit Plus im Export (über 70 Prozent Umsatzanteil) als auch im heimischen Markt. Der geschäftsführende Gesellschafter Paul Heinz Bruder: „Unser Umsatz ist von 68 auf 75 Mio. € gestiegen. Unser Erfolg hat auch mit unseren individuell geschulten Mitarbeitern zu tun. Sie alle wissen, worauf es bei der Entwicklung von Spielwaren ankommt: auf den Spielwert, die kindgerechte Funktion und die Spielzeugsicherheit.“ Für das laufende Jahr



Paul Heinz Bruder mit dem neuen „JCB 5CX eco Baggerlader“

rechnet er mit einem Wachstum von 5 bis 6 Prozent.

Das fränkische Familienunternehmen mit 430 Mitarbeitern, darunter 26 Auszubildende, hat 2014 rund 8 Prozent vom Umsatz investiert. Mit dem im Herbst 2014 gegründeten Zweigwerk Bruder CZ im tschechischen Pilsen wurde die Produktion erweitert, hier sind derzeit 20 Mitarbeiter beschäftigt. „Wenn unsere Geschäftsentwicklung weiter so positiv verläuft, werden wir nicht nur am Burgfarnbacher Standort neues Personal benötigen, sondern auch in Tschechien. Das könnten bis zu 150 Mitarbeiter werden“, so Paul Heinz Bruder. Zu den zahlreichen Neuheiten gehören „bworld“-Spielfiguren und –Themen sowie attraktive Spielfahrzeuge im Maßstab 1:16.

 For Bruder Spielwaren, 2014 has been the most successful financial year ever since its foundation in 1926. „Our sales figures have increased by 9 per cent to € 75 million when compared to the year before,“ commented managing partner, Paul-Heinz Bruder. For 2015, he anticipates another 5 to 6 per cent growth. Plans are in the pipeline to raise the Franconian family business's investments once again, which amounted to around 8 per cent of turnover in 2014.

SCHMIDT SPIELE

## Plus durch Diversifikation

Durch die vor Jahren eingeleitete Diversifikation mit Spielen, Puzzles, Plüsch und digitalen Entertainment-Produkten hat Schmidt Spiele 2014 ein Umsatzplus von knapp 10 Prozent auf 52,8 Mio. € verzeichnet. Das Segment Spiele und Puzzles war stabil, das Plus resultierte vor allem durch den Entertainment-Vertrieb der Schwestergesellschaft Kiddinx – viel Schwung brachte laut Gf. Axel Kaldenhoven der Erfolg des ersten Kinofilms „Bibi und Tina“ und die dazu platzierten DVDs und Audioprodukte. Die knuddeligen „Sorgenfresser“ trugen zu einer Verdoppelung des Plüschumsatzes bei.

 Schmidt Spiele recorded a sales increase of approx. 10 percent to €52.8 million in 2014. The entertainment products from the group's sister company, Kiddinx, proved to be particularly successful as were the cuddly „Sorgenfresser“ (worry eaters), which helped to double sales figures in the plush toys sector.



# DFB FOTOBALL 2015



© DFB 2015

Halle 12.0 D-06

manufactured under license by  
**X TREM** GMBH  
 TOYS & SPORTS  
 BLOCKSBERGSTRASSE 173  
 D-66955 PIRMASENS/GERMANY  
 Fon: +49 (0) 63 31-6 08 95-0  
 Fax: +49 (0) 63 31-6 08 95-19

NÄHER DRAN IST KEINER

Schleich



**SCHLEICH:** Der neue CEO Dirk Engehausen (re.) hat gemeinsam mit seinem Vice President DACH Udo Rother beim Traditionsunternehmen viel vor – ob mit Dinos, „Bayala“-Feen oder Königsrittern und weiteren neuen Figuren-Konzepten.

Craze



**CRAZE:** Für die Sortimentserweiterungen wie „Mia and me“, „Dragons – Drachenzähmen leicht gemacht“ oder „Star Wars“ verspricht Florian N. Lipp wieder umfangreiche Marketingpower samt Medien-Kooperationen (Lissy, Bravo, etc.) zur Unterstützung der Handelspartner.

IMC Toys



**IMC TOYS:** Der neue Gf. Javier Lopez der Deutschland-Niederlassung lädt die große Fangemeinde in den „Club Petz“ ein, wo 2015 der erfolgreiche Delfin „BluBlu“ noch viele knuddelige Freunde wie Wale, Hund, Löwenbaby, Papagei und diesen liebenswürdigen Koala hinzugewinnt.

Stadlbauer



**STADLBAUER/CARRERA:** Produktmanager Ingo Grabmeister demonstriert den „Carrera RC Agent Black Pursuit“, bei dem sich per Controller die getönten Frontscheiben öffnen lassen, auch die Geheimwaffe des Agenten kommt zur Vorschein. Bis zu fünf Schaumstoffraketen kann der RC Agent abfeuern.

Smoby



**SMOBY:** Keine Geringeren als der fränkische TV- und Sterne-Koch Alexander Herrmann und Simba Dickie Group COO Uwe Weiler durften den kleinen Gourmets in der „Tefal Super Chef“-Küche von Smoby Toys auf der Neuheitenschau zur Hand gehen.

RAVENSBURGER

## 4,1 Prozent Umsatzplus

Der Umsatz der Ravensburger Gruppe mit 1.838 Mitarbeitern ist laut vorläufigen Zahlen im vergangenen Geschäftsjahr um 4,1 Prozent auf 374 Mio. € gestiegen (Bilanz-PK Juni 2015). Der Vorstandsvorsitzende Karsten Schmidt: „Mit der Geschäftsentwicklung vor allem im Ausland können wir zufrieden sein. Sie trägt zu unserem strategischen Ziel bei, außerhalb von Deutschland stärker zu wachsen.“

Der mit 80 Prozent Umsatzanteil größte Geschäftsbereich „Spiele, Puzzles, Beschäftigung“ stieg um 6 Prozent auf 303,6 Mio. €: Deutschland legte um 3 Prozent auf 126,4 Mio. € zu, das Ausland um 8,3 Prozent auf 177,3 Mio. €. Ravensburger erzielt schon rund 20 Prozent seiner Spielwarenumsätze mit Hybridprodukten, in

Deutschland rund 30 Prozent. Der Geschäftsbereich „Kinder- und Jugendbuch“ sank um 3,4 Prozent auf 65,7 Mio. € (Marktanteil 10,8 Prozent), aber „Freizeit und Promotion“ legte um 3,7 Prozent auf 13,3 Mio. € zu.

 Ravensburger employs 1,838 staff and achieved sales of € 374 million in 2014 (final sales and earnings figures will be published at the annual results press conference in June 2015). The portfolio of German manufacturer of puzzles, games and activity products, and the leading publisher of children's and youth books in the German-speaking region, comprises around 8,000 different products, which are sold world-wide and 86 per cent of which are manufactured in-house.

IDEE + SPIEL

## Da ist Musik drin!

Das vor zwei Jahren vorgestellte Marketingprogramm „idee+spiel plus“ hat sich so positiv entwickelt, dass der Verband nun „Eurotrain plus“ präsentiert: „Wir sind davon überzeugt, dass wir mit den neuen Marketingtools auch bei den Eisenbahnern sehr erfolgreich sein werden“, so Andreas Schäfer, idee+spiel-Gf. Marketing und Vertrieb. Parallel wird das Original-Konzept ausgebaut: noch mehr Markenartikel-Aktionen als 2014 und für die Händler erstmals die Möglichkeit, aus dem Marketingkonzept zusätzliche Rückvergütungen über den Bonus hinaus zu erhalten.



Andreas Schäfer,  
idee+spiel-Gf. Marketing und Vertrieb

Im Weihnachtsgeschäft 2014 hat idee+spiel die größte Kundenpromotion durchgeführt und 2 Mio. Glück-Lose verteilt: Tausende haben teilgenommen und zur Spielwarenmesse steht der glückliche Gewinner des Familienkombis (Wert

über 30.000 €) fest. Die so gewonnenen Verbraucherdaten werden den einzelnen Fachgeschäften zugeordnet und bieten den Händlern eine solide Basis für den Aufbau bzw. Ausbau des Direktmarketings.

Der Online-Marktplatz wird komplett erneuert und zum Weihnachtsgeschäft 2015 eine wettbewerbsfähige Online-Plattform für den professionellen und breiten Einstieg in das Onlinegeschäft etabliert. „In Zeiten eines weltweiten Warenangebots legen Nutzer auch im Netz mittlerweile Wert auf regionale Nähe des Anbieters“, so Jochen Martens, Gf. Finanzen/Administration. Ein Preisbot gewährleistet Spannen-Maximierung durch permanente Preisaktualisierung, zudem seien zentrale Zahlungsabwicklung sowie Stammdaten, rechtssichere Bilder und juristisch einwandfreie AGBs sichergestellt.

 Once again idee+spiel will introduce top themes for 2015 fuelled by innovative marketing, exclusive items and own brands. Furthermore, direct marketing should be strengthened along with online trading.



# BUNDESLIGA KOLLEKTION

SAISON 2015



All Bundesliga club logos and DFL logos are protected trademarks of the respective clubs/organisations and are used with the kind permission of the respective owners. Manufactured under license from the DFL/Ligaverband in sole responsibility of Xtrem Toys & Sports GmbH.

Halle 12.0 D-06

exclusive by  
**X TREM** GMBH  
TOYS & SPORTS  
BLOCKSBERGSTRASSE 173  
D-66955 PIRMASENS/GERMANY  
Fon: +49 (0) 63 31-6 08 95-0  
Fax: +49 (0) 63 31-6 08 95-19

NÄHER DRAN IST KEINER

Xtrem Toys



**XTREM TOYS:** Marco Wagner erwartet mit dem Portfolio zur DFB-Lizenz auch in diesem Jahr herausragende Umsätze – von einer Sammler-Kollektion sympathischer Nationalspieler über Bällen unterschiedlicher Arten bis hin zu praxistauglichen Fußballtoren mit Vereinslogos.

Mattel



**MATTEL:** Mit einer spektakulären Show wurde auf der Neuheitenschau der neue Barbie Film „Die Super-Prinzessin“ vorgestellt. Highlight der von Jana Ina Zarrella moderierten Show war der Stunt von Miriam Höller, die als Barbie – alias Super Sparkle – durch die Messehalle hinunter schwebte.

Maro-Toys



**MARO-TOYS:** Maik aus „Bauer sucht Frau“ assistierte den Gf. Rouven Jankovic (li.) und Manfred Roser (re.) vor einem Oldtimer-Traktor Porsche Diesel bei der Vorstellung des neuen Kreisells mit Traktor-Gespänn und sich bewegenden Tieren samt realistischen Geräuschen.

Silverlit



**SILVERLIT:** Die „DigiBirds“ gehen in die nächste Entwicklungsstufe und erhalten neue digitale Freunde wie die „Digi-Penguins“ und „DigiChicks“ sowie sogar kleine Dinos. Silverlit-Firmeninhaber Kevin Choi fühlt sich inmitten seiner DigiBirds-Präsentationsfrauen sichtlich sehr wohl.

Playmobil



**PLAYMOBIL:** Entwicklungsleiter Uwe Reuter hat mit seinem Team offensichtlich wieder den Geschmack der Kids getroffen: Anfang September stechen die neuen Piraten in See, das mächtige Piraten-Kampfschiff ist mit Kanonen und Munition optimal für spannende Abenteuer gerüstet.

REVELL

## Großer RC-Spaß garantiert

Mit einem Abverkaufsplus von 49 Prozent konnte „Revell Control“ 2014 die Marktposition gegenüber dem Vorjahr enorm ausbauen – auch wegen „Nano Quad“ („ToyAward“ und „Top 10 Spielzeug“). Einsteiger, Kids und fortgeschrittene RC-Fans können sich auf zahlreiche

attraktive Neuheiten freuen – darunter agile Multicopter, Cars, Trucks oder Boote im XS-Mini-Format. Die robusten Mini-Rennboote „BMC153“ und „BMC154“ bieten mit langen Fahrzeiten bei schneller Wiederaufladung des Lithium-Akkus tollen Spielspaß schon in kleinsten Wann.

Die Megahertz-Fernsteuerung der vier exklusiven „Mini-Cars“ ist mit zwei Kanälen erhältlich – beste Voraussetzung für packende Zweikämpfe. Gelände-Buggys im angesagten Used-Look, der MonsterTruck „Burst“, der Buggy „Zip“ und der Short Course Truck „Scorch“ sorgen mit coolen Designs für mächtig Aufsehen.

Spektakulär im Segment Multicopter ist „Nano Hex“ mit sechs farbigen LED-Lampen an den Rotoren, der per 6-Axis-Gyro besonders leicht zu fliegen ist. Auch



„Nano Hex“ mit Looping-Funktion und drei Geschwindigkeitsstufen

hervorzuheben sind der GHz-Quadcopter „Tritan“, der WiFi-Quadcopter „X-Spy“ mit Kamera und der „Sky Arrow“ mit Koaxial-Rotorsystem, elektronischem Gyro und intuitiver Zwei-Kanal-IR-Fernsteuerung.

 Recording a sales increase of 49 per cent in 2014, „Revell Control“ consolidated its market position further. Alongside the RTR models „Dirt Scout“ and „Mud Scout“ in a 1:10 scale, the range will include new helicopters with amazing flight properties, multi-copters and mini-racing boats that promise a lot of fun.



Der 1:10-er Buggy „Mud Scout“ hat profilierte Reifen und einen leistungsstarken Motor

## DAS ORIGINAL

Unser Baumaterial  
für Ihren Umsatz

# Super Sand™

Super Sand bringt Strandgefühl ins Haus

- hinterlässt keine Rückstände auf Boden oder Teppich
- antibakteriell und biologisch
- samtig-weich und trocken

Überzeugen Sie  
sich selbst!



GANZJÄHRIG  
TV  
WERBUNG



Exklusiv bei

Halle 12.0  
Stand H-10

spielwarenmesse



CRAZE

# Die Markenfamilie wächst

Hall 6 Booth A24-B23



No. Si001  
Super  
Pocket Metal Detector



No. Si002  
Deluxe  
Detective Investigation Set



No. Si007  
Super  
Night Vision Scope



Nach den großen Verkaufserfolgen der bisherigen „Slap-Snap-Bands“-Serien, die Craze in den letzten zwei Jahren launchte, kommen nun neue Serien in den Handel. Erstmals wird es die Schnapparmbänder nicht nur mit „Star Wars“-Motiven, sondern auch zu anderen heißbegehrten Lizenzthemen geben. Besonders eindrucksvoll sei vor allem der Verkaufserfolg der „Mini-Slap-Snap-Bands“ für die kleineren Kids gewesen, so der für Marketing & Business Development beim Karlsruher Trend-Unternehmen zuständige Florian N. Lipp.

Die Innovation bei den mit besonders hautfreundlichem und schadstofffreiem Silikon ummantelten Bändern ist der brillante Print, der auch beim Schlagen um das Handgelenk nicht abblättert oder einreißt. Den Run auf die Hype-Bänder startet Craze 2015 mit dem Launch der „Mini-Slap-Snap-Bands“ zu „Star Wars Rebels“, „Disney Frozen“ sowie „Dragons – Drachenzähnen leicht gemacht“. Die neuen Serien werden die Kids mit jeweils

12 unterschiedlichen Motiven aus den jeweiligen Lizenzwelten begeistern – darunter vier RAR-Bänder (selten) und zwei Ultra-RAR-Bänder.

Craze unterstützt die Markteinführung der neuen „Mini-Slap-Snap-Bands“-Serien wieder mit umfangreichen Marketing-Maßnahmen. Dazu kommen im gesamten Jahr zahlreiche Medienkooperationen mit zielgruppenrelevanten Magazinen und Zeitschriften, u. a. mit Produktbeigaben. Die Mini-Schnapparmbänder sind im undurchsichtigen Foilbag verpackt, jeder enthält ein Band und eine Sammelübersicht. Für den PoS gibt es ein Aufstelldisplay mit je 24 Foilbags.

🇬🇧 Craze continue to extend the “Slap-Snap” brand family. The twelve new snap bracelets “Mini-Slap-Snap-Bands” are covered with skin-friendly, non-polluted silicon and feature popular license characters such as “Star Wars Rebels”, “Disney Frozen” and “How To Train Your Dragon”.

[www.eastcolight.com](http://www.eastcolight.com)

E-MAIL: [info@eastcolight.com](mailto:info@eastcolight.com)

© 2015 EASTCOLIGHT (H.K.) LTD.  
ALL RIGHTS RESERVED.

**SPiELZEUG**  
international

Besuchen Sie uns im Foyer  
Halle 12.0

Die einzigartige Welt der Elfen,  
bereichert durch das Magische Elfenschloss.

Halle 6  
Stand B20 / C21

**NEU!**  
Die zauberhafte  
Welt der Elfen  
ab Juli 2015



Anywhere's a Playground™

Schleich 

SPIN MASTER

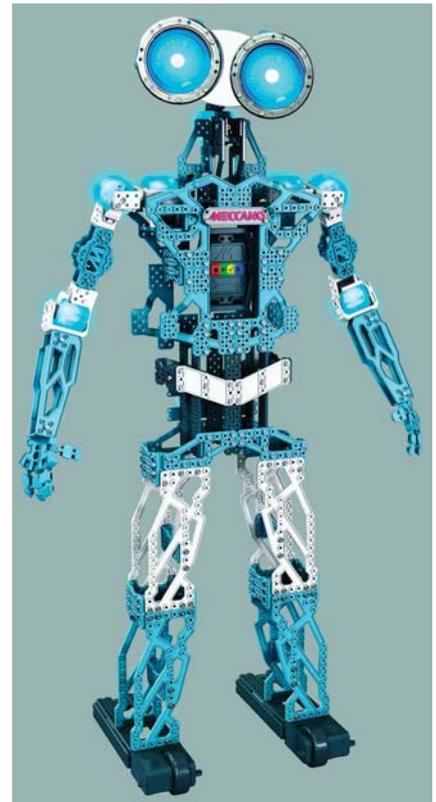
## Technikwunder Meccanoid

Der kanadische Spielwarenhersteller Spin Master katapultiert seine Marke „Meccano“ mit einer Innovation auf das nächste Level im Bereich Edutainment und Robotik. Der interaktive Roboter „Meccanoid G15 KS“ wurde auf der CES in Las Vegas Anfang 2015 bereits mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet. „Unter dem Motto ‚Build the future, Shape the world‘, zeigen wir mit Meccano zukunftsweisende Hightech-Produkte, die gleichzeitig durch ihre einfache Useability überzeugen“, so Hedley Barnes, General Manager Central Europe, Benelux und Italien bei Spin Master.

Der Selbstbau-Roboter hat ein gewisses Etwas durch seine ausgefeilte Technik, einnehmende Persönlichkeit und den edukativen Ansatz, der spielerisch Kreativität und wissenschaftliches Verständnis fördert. Der Meccanoid wird zusammengesetzt aus 550 superleichten Polycarbonat-Gitterstreifen, Servosystemen für tolle Gelenkigkeit in Armen und Beinen, farbig leuchtenden LED-Augen, zwei flinken Motoren unter den Füßen und einem leistungsstarken Prozessor – dem „Mecca Brain“.

Der humanoide Roboter beeindruckt durch seine aufwendige Sprachsoftware, und vielfältige Aktionsmöglichkeiten: Er kann unzählige Befehle ausführen, initiiert Gespräche, erzählt Witze und merkt sich Geburtstage und Namen. In Kombination mit der kostenlosen App wird er zum individuell programmierbaren Begleiter in vielen Lebenslagen und kann Bewegungen verblüffend realistisch nachahmen: Tanzen lernen, „High Five“ oder lässiges Schulterklopfen – all das erfordert keine Programmierkenntnisse.

Der Meccanoid kann aber via Mini-USB auch in ein futuristisches High-Tech-Produkt für Programmier-Geeks verwandelt werden.



 Spin Master Ltd. is thrilled that its newly-announced “Meccanoid G15 KS” personal robot has won the audience award “Last Gadget Standing” at 2015 International CES. This innovation of iconic Meccano brand (known as Erector in the U.S.) is an advanced yet easy to use open source Robotic Building platform, making it accessible to builders covering a broad range of ages and skill sets with motion control programming powered by Extreme Reality.



HORSE STABLE

... MORE THAN FIGURINES ALONE – NEW PLAYSETS HAVE ARRIVED!

HALL 10.1  
BOOTH D24-E11  
+ D22-E09

COMING SOON:



DRAGON CASTLE



FARM

**SPiELZEUG** international

Besuchen Sie uns auf unserem Messestand!  
Hier erhalten Sie **kostenlos** unsere drei

Foyer Halle  
12.0

messtrends -Ausgaben.





Visit us! IMC Toys  
Hall 12.2, Stand P-26



[www.clubpetz.toys](http://www.clubpetz.toys)  
[info@clubpetz.toys](mailto:info@clubpetz.toys)





DRACCO

## Mit Filly Stars zu den Sternen

Hoch über den Wolken liegt das magische Reich Skylia, die Heimat der „Filly Stars“. Hier leben Königin Cassiopeia, Prinzessin Zodia und all die anderen zauberhaften „Filly Stars“. Wunderschöne Glitzerflügel, ein magisches Horn und eine glitzernde Königskrone, verziert mit Swarovski Crystals – das sind die neuen „Filly Stars“. Kinder finden hier eine geheimnisvolle und verzauberte Welt voller Freundschaft und Magie.

Ein abgerundetes Marketing-Programm mit mehreren reichweitenstarken TV - Werbekampagnen, welche alle Fans die Welt von „Filly Stars“ hautnah erleben lassen, eine umfangreiche Palette aus PoS-Materialien und In-Store-Events vervollständigen und unterstützen diese neue Produktlinie und runden das Markenerlebnis „Filly Stars“ ab.

Filly, eine der führenden Marken innerhalb der Top 10 Entertainment-Lizenzen (lt. npd/Eurotoys, Juli 2014) und nebenbei auch mit dem „Filly“-Magazin auf Platz 1 der Mädchenmagazine in Deutschland, schickt sich an, die Herzen der Mädchen aufs Neue im Sturm zu erobern und die Erfolgsgeschichte von Filly in 2015 fortzusetzen.

Auf dem Dracco-Messestand werden die neuen „Filly Stars“ und zudem noch viele weitere spannende Marken und Produkte gezeigt.

 Skylia is a special place high above the Filly World and the home of the new “Filly Stars” with beautiful glittery wings, a magical horns and glistening royal crown, each fitted with real Swarovski Crystal elements. The enchanted world of “Filly Stars”

is filled with magic, friendship and adventure.

This exciting new line is heavily supported by a strong marketing program that includes a robust television ad campaign promoting the world of “Filly Stars” to Filly fans and supports the retail market. A full range of point-of-sale marketing materials and in-store events will create a full “Filly Stars” brand experience for consumers at retail.

Filly continued to win the hearts of consumers as it is voted as one of the Top 10 Entertainment License (July 2014 npd/Eurotoys), not to mention that the “Filly” Magazine remains as No 1 girls’ magazine in Germany. This success story will continue in 2015 and beyond. The new “Filly Stars” can be seen at Dracco as well all the other exciting brands and products.

**Wir  
rocken  
Spielwaren!**

idee+spiel zeigt im Orchester mit über 900 Stars eine Mega-Show. Wo wir sind, spielt die Musik! Mit neuen Markenhits, Exklusivartikeln und Eigenmarken stürmen wir die Charts und überzeugen jeden Tag aufs Neue.






**International Toy Fair**  
Nürnberg 28.01. – 02.02.2015

Besuchen Sie uns im  
**idee+spiel-Business-Center, NCC Ost,**  
in der 1. Etage.

**SCHILDKRÖT®  
FUN SPORTS**



DIVING



HALLE 7/ E-02  
[www.mts-sport.de](http://www.mts-sport.de)

DREAMWORKS

# DRAGONS



Bekannt  
aus den Kinohits  
& der beliebten  
TV-Serie auf  
**SUPER RTL**  
COMING SOON:  
3. Staffel im TV!



## Dragons - das Top 1 Spin Master Lizenzthema:

- Die beliebteste Kindermarke Deutschlands!\*
- Top 1 Artikel in „Action Figures“: Nightstrike Toothless\*\*
- Top 3 Lizenz in „Action Figures“: DreamWorks Dragons\*\*

\* Basis: n=414 Kinder 4-12 Jahre, Kenner (Quelle: Iconkids & youth, License Monitor III/2014, Medienforschung SRTL)

\*\* NPD Group, EpoS Service Germany - Kategorie "Action Figures", YTD CW 51 / 2014  
© DreamWorks Dragons © 2015 DreamWorks Animation L.L.C. All Rights Reserved.

Besuchen Sie uns vom 28.01.- 02.02.2015 auf der Nürnberger Spielwarenmesse  
in Halle 12.0 Stand D-10 und in Halle 12.2 / P-24!

[www.spinmaster.com](http://www.spinmaster.com)





**Zoomer – das erfolgreiche, interaktive Haustier bleibt dem Handel auch in 2015 treu:**

- Seit Herbst 2013 bereits millionenfach weltweit verkauft!
- Der Dauerbrenner in UK: Im zweiten Jahr in Folge ausverkauft!
- Top #2 Artikel in „Robotics“ in Deutschland in 2014!\*



[www.zoomerpup.com](http://www.zoomerpup.com)

\*NPD Group, EPOS Service Germany – Kategorie „Robotics incl. Youth Electronics“, YTD CW 51 / 2014



**Die Zoomer-Familie bekommt verkaufsstarken Nachwuchs:**

- 1 Mio. Zuppies in USA innerhalb von 9 Monaten verkauft!
- Zuppies in USA, Frankreich und UK in 2014 ausverkauft!



**Spaß haben**



**Spiele spielen**



**Musik hören**



[www.zoomerpup.com](http://www.zoomerpup.com)

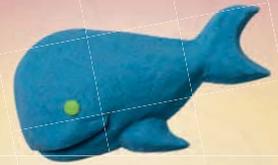


Besuchen Sie uns vom 28.01. - 02.02.2015 auf der Nürnberger Spielwarenmesse in Halle 12.0 Stand D-10 und in Halle 12.2 / P-24!

[www.spinmaster.com](http://www.spinmaster.com)

Zoomer™, zugehörige Marken und © 2015 Spin Master Ltd. Alle Rechte vorbehalten.

# WACKY-TIVITIES Kinetic Sand



**SAND GANZ ANDERS -  
EINFACH FASZINIEREND!**

**Der internationale Bestseller mit  
pädagogischem Mehrwert:**

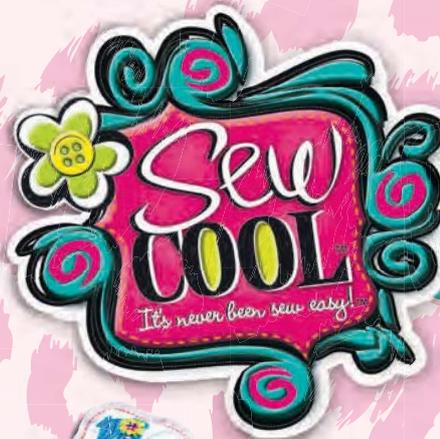
- Seit Herbst 2013 über 2.000 t Sand weltweit geliefert!  
Das entspricht 4200 Paletten oder 128 LKWs mit Sand!
- Konsumenten-Feedback: "Macht wahnsinnig Spaß  
und keinen Dreck!" „Eine tolle Erfindung für Kinder“\*\*

TM & © Spin Master Ltd. Alle Rechte vorbehalten.



[WWW.KINETICSAND.COM](http://WWW.KINETICSAND.COM)

[www.sewcoolworld.com](http://www.sewcoolworld.com)



**Do it Yourself & Basteln  
ist absolut im Trend!**



**Nähen war noch nie so einfach:  
Ohne Faden! Ohne Fußpedal! Ohne Spulen!**

- Im Herbst 2013 in Nordamerika komplett ausverkauft!
- Durchschlagender Erfolg in Europa in 2014!
- Konsumenten-Feedback: "Großer Nähspaß für kleine Kinder!"  
„Super Spielzeug-Nähmaschine“

**Besuchen Sie uns vom 28.01.- 02.02.2015 auf der Nürnberger Spielwarenmesse  
in Halle 12.0 Stand D-10 und in Halle 12.2 / P-24!**

[www.spinmaster.com](http://www.spinmaster.com)



Sew Cool™ - zugehörige Marken und © 2015 Spin Master Ltd. Alle Rechte vorbehalten. \*\*Quelle: www.amazon.de, Auszug Kundenrezension



# PAW PATROL IS ON A ROLL!



**nickelodeon**



**www.PAWPATROL.COM**

## Das spannendste Lizenzthema von Spin Master in 2015!

- Nr. 1 Vorschul-TV-Serie in vielen Ländern weltweit, u.a. USA, Frankreich, Belgien und Italien!
- Erfolgreicher Serienstart in fast 50 Ländern!
- Europa in 2014 vom Erfolg überrollt: In Frankreich, Benelux und Italien bereits ausverkauft!



Besuchen Sie uns vom 28.01.- 02.02.2015 auf der Nürnberger Spielwarenmesse in Halle 12.0 / D-10 und in Halle 12.2 / P-24!  
Spin Master International S.à.r.l. - Kühbachstraße 11 - D-81543 München - +49 (0)89 55 05 979 - 0

[www.spinmaster.com](http://www.spinmaster.com)

© 2015 Spin Master, PAW Productions Inc. Alle Rechte vorbehalten. Paw Patrol und alle dazugehörigen Titel, Logos und Charaktere sind Marken der Spin Master Ltd. Nickelodeon und alle dazugehörigen Titel, Logos und Charaktere sind Marken der Viacom International Inc.

CARRERA

# Agent Black Pursuit und Hybrid-„Silberpfeil“

Mit dem RC-Flitzer „Agent Black Pursuit“ und dem Mercedes-Benz F1 W05 Hybrid „L. Hamilton, No.44“ für die Carrera-Bahn schickt Carrera zwei Top-Autos für 2015 ins Rennen

Der „Agent Black Pursuit“ ist in geheimer Mission unterwegs und wie es sich für einen echten Agenten gehört, hält der bullige Carrera RC-Flitzer im SUV-Design einiges an Überraschungen bereit. Das matte Schwarz und die getönten

damit jeden Kontrahenten zur Aufgabe zwingen. Front- und Bremslichter machen das Agentenmobil auch für Nachteinsätze zum idealen Begleiter und dank kurzer Ladezeiten von ca. 80 Minuten und einer langen Laufzeit von bis zu 40 Minuten ist der vollgefederte Bolide stets für Undercover-Action bereit.



Scheiben lassen nur erahnen, was in ihm steckt. Denn wenn der „Agent Black Pursuit“ so richtig loslegt, ist kein Bösewicht mehr vor ihm sicher. Dank der 2,4 GHz digital proportionalen Technologie lässt er sich präzise bei jeder Geschwindigkeit und jedem Untergrund steuern und lenken. Der 7,4V-900mAh Li-Ionen-Akku bringt ausreichend Schub für bis zu 20 km/h Spitzengeschwindigkeit, mit der er seine Rivalen bei jeder Verfolgungsjagd locker einholt. Vom Controller aus lässt sich per Knopfdruck die getönte Frontscheibe öffnen und die Geheimwaffe des Agenten kommt zum Vorschein – bis zu fünf Schaumstoffraketen kann der Carrera RC-Agent auf seine Gegner abfeuern und

## Carrera Mercedes-Benz F1 W05 Hybrid „L.Hamilton, No.44“

2015 präsentiert sich der Formel-1-Weltmeister Lewis Hamilton auf der Carrera-Rennbahn in seinem Mercedes-Formel-1-Wagen, der am 28. Januar 2014 erstmals auf dem Circuito de Jerez vorgestellt wurde. Mit dem neuen Fahrzeug unterstreicht Carrera seine Kompetenz im Bereich Formel 1, denn die Top-Teams Mercedes, Ferrari und Red Bull werden die Formel-1-Fans auf der Rennbahn begeistern. Die Carreraristi dürfen sich also 2015 auf einen ausgeklügelten und detailgetreuen Silberpfeil von Lewis Hamilton im Formel-1-Carrera-Fuhrpark freuen.

 A particular highlight from Carrera's current portfolio is "Agent Black Pursuit", a nippy little RC car in an SUV design including a digital-proportional 2.4GHz technology. It is accompanied by the Mercedes-Benz F1 W05 Hybrid model "L. Hamilton, No 44" for the race track.



made in Germany

...hat das Zeug zum Spielen

Wir freuen uns auf ihren Besuch!

 Spielwarenmesse Nürnberg 2015 • 28.01.-02.02.2015 International Toy Fair Halle 7, Stand E-19 / F-02 • Hall 7, Booth E-19 / F-02

Come visit us!



**CLAAS**



Franz Schneider GmbH & Co. KG

D 96465 Neustadt bei Coburg

[www.rollytoys.com](http://www.rollytoys.com)

X TREM

## Neue Bälle – neue Tore

Was liegt für ein Unternehmen näher, als mit Neuauflagen absoluter Bestseller in ein neues Jahr zu starten? So geschehen bei der Pirmasenser Xtrem Toys & Sports, die nach dem extrem erfolgreichen Fußballjahr 2014 natürlich auch auf der diesjährigen Spielwarenmesse wieder einen neuen Fotoball unter DFB-Lizenz präsentiert. Wenn auch dieser Fotoball in die Vitrine gehört und nicht auf ein Fußballfeld, so hat Xtrem doch unter neuer Lizenz der Deutschen Fußball-Liga (besser bekannt als „Bundesliga“) auch drei praxistaugliche Fußballtore zu bieten. In der beliebten Breite von 213 cm zeigt ein Modell auf seiner Torwand sämtliche Vereinslogos der 1. Bundesliga. Andere

Vorteile bietet das handliche „Bundesliga Pop-Up-Fußballtor,“ das zeitraubendes Auf- und Abbauen vermeidet und sofort nach dem Öffnen des Tragebeutels einsatzbereit ist.

Mit seiner leicht transportablen Größe von nur 120 x 80 x 80 cm kann es jedoch nicht konkurrieren mit dem viel größeren und stabilen Bundesliga Tor „Teamline Premium,“ dessen Netz mit dem Emblem des Lieblings-Vereines aus den insgesamt beiliegenden 18 Bundesliga-Club-Logos verziert werden kann.

Und was kickt die deutsche Jugend am liebsten, um ihren Idolen nachzueifern? „Adidas-Bälle natürlich“, so Alfred Wagner, „und die haben wir auch im Programm!“



Mit den „Summer Games“ präsentiert Xtrem Toys & Sports eine neue Kollektion für den Sommer 2015. Alle Bälle sind entweder aus weichem Neopren-Material hergestellt und minimieren dadurch jedes Verletzungsrisiko oder aus Mesh-Material. Außer in Standardgröße „5“ als Fuß- oder Volleyball gibt es die farbenfrohen Mesh-Bälle auch mit einem Durchmesser von 40 cm und als Indoor-geeignetes Boccia-Spiel.

„Aus praktischen Gründen liefern wir alle Mesh-Bälle in einem schwarzen wiederverwendbaren Netzbeutel“, so Alfred Wagner. „So konnten wir eine Luftpumpe dazu packen: Schließlich will man ja jederzeit mit den Bällen spielen können!“



Das Xtrem-Sortiment gibt es auch in bestückten Displays.

 Following the extremely successful soccer year 2014, Xtrem Toys & Sports presents a new picture ball equipped with a DFB license along with three practical soccer goals, Adidas balls and the new “Summer Games” outdoor collection.



ASS ALTENBURGER

## Spielkarten-Jubiläum

Gf. Stefan Luther, der seit zwei Jahren das Thüringer Traditionsunternehmen für Spielkarten und Werbespiele leitet: „Das Geschäftsjahr 2014 geht für uns mit einem zweistelligen Plus gegenüber 2013 zu Ende.“ Ass Altenburger startet ins neue Jahr mit den Shuffle-Titeln „Monopoly Deal“, „Die Eiskönig“, „Cars“, „Trumpf Tiere“ sowie „Trumpf Technik“, vier „Dragons“-Kartenspielen sowie Neuheiten aus der „Dominion“-Welt: Zur Spielwarenmesse wird der für

April 2015 geplante Relaunch „Hinterland“ vorgestellt.

Das Markenzeichen steht für „Altenburg-Stralsunder Spielkarten“ und 2015 wird das mittlere S – Stralsund ist einer der Grundpfeiler des größten und ältesten Spielkartenherstellers von Deutschland – 250 Jahre alt. Seit 2002 gehört die Spielkartenfabrik zur weltweit agierenden Cartamundi Group.

 Cartamundi in Turnhout, was established in 1970 and the group has factories in Belgium, Germany (Ass Altenburger is celebrating 250 years), UK, Poland, USA, Brazil,



Mexico, India and Japan, and 14 sales offices worldwide. Cartamundi has its own retail collection with licensed cards, but is also known for its promotional card collections, casino cards, collector cards and cards for games or the new concept iCards – a connection between physical cards and the virtual world of the internet with the purpose “sharing the magic of playing together”.





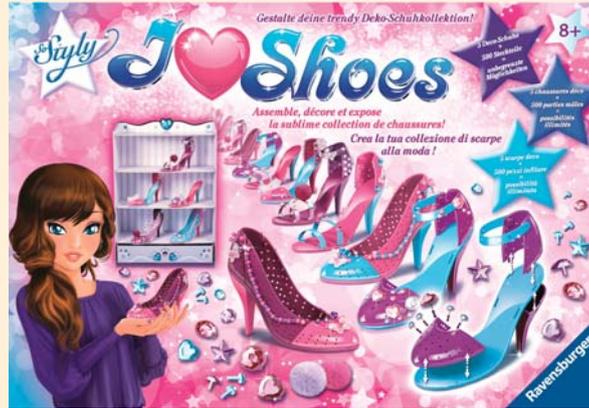
RAVENSBURGER

# Eigene Schuhkollektionen entwerfen

Die Kreativ-Neuheit „So Styly – I Love Shoes“ für Kinder ab 8 Jahren kommt ab August 2015 in den Handel – Schon der Nachwuchs weiß ziemlich genau, welche Fußbekleidung es einfach sein muss

High Heels, Slingpumps, Sandaletten – der Vielfalt der etwa 12 cm großen, selbst kreierten Deko-Schuhe sind bei „So Styly – I Love Shoes“ von Ravensburger keine Grenzen gesetzt. Die sechs Kunststoffteile für fünf Schuhe in Farben wie Lila, Pink und Hellblau halten ohne Kleber stabil zusammen: Sohle, Absatz, Seitenteile, Zehen- und Fersenkappe.

Nachwuchsdesignerinnen stecken erst einen Schuh in ihrer Wunschform und -farbe zusammen, dann geht es ans Verziern. Dabei können sie aus rund 700 kleinen und größeren Deko-Teilen wählen: Sollen es eher perlmuttfarbene Nieten,



Hier können Mädchen ab 8 Jahren ihren Freundinnen zeigen, welche originelle Schuhe sie selbst entworfen haben

rosa Sterne oder violette Herzen sein? Oder lieber farbige Riemchen und Perlen,

Tüllrosetten und Schmetterlinge? Sie werden in kleine, extra dafür vorgesehene Löcher gesteckt. Die Schuhe können immer wieder umgestaltet, neu zusammengesteckt und verziert werden.

Die Eigenkreationen kommen im mitgelieferten, dekorativen Schuhregal zum Zusammenbauen entsprechend zur Geltung.

“So Styly – I Love Shoes“ is a new Ravensburger craft set. With it shoe lovers aged 8 years and older create their own choice of decorative shoes – matching shoe rack included. Product release is due in August 2015.

**Carrera**  
MOTORSPORTS AT HOME



Stand C35  
Hall 6



spielwarenmesse  
Nuremberg 28 Jan - 2 Feb 2015

**Carrera** **RC**



carrera-rc.com

R C E E

# Faszinierende Konstruktionen

Tronico präsentiert in diesem Jahr u. a. in der „Junior“-Serie RC-Traktoren im Maßstab 1:16, eine für „Junior“- als auch „Mini“-Serie einsetzbare Garage und im September 2015 den detailgetreuen „Liebherr-Bulldozer“ mit Motorengeräusch im Maßstab 1:32: Der Metallbaukasten der „Mini“-Serie ermöglicht aus 551 Teile das ca. 22 cm lange und ca. 571 g schwere Modell mit frei laufender Raupenkette – alle Teile werden nur verschraubt und mit Muttern gekontert. Das Set für Konstrukteure ab 8 Jahren enthält



Der voll funktionsfähige RC-Traktor „Fendt 800 Vario“ mit Kippanhänger der „Micro“-Reihe besteht aus 577 Teilen

Werkzeug, Aufbauanleitung sowie Lieberr-Aufkleber zum Komplettieren.

## Voll funktionsfähig

Die „Micro Series“ zeigt im Maßstab 1:64 die kleinsten Metallbaukästen für fünf Traktoren und ihre RC-Varianten – jeweils mit Freilauf, Profilreifen aus Kunststoff und farbig bedruckten Teilen sowie Kupplung für Anhänger mit Kippfunktion. Gf. Ralf Egert gibt eine Altersempfehlung ab 12 Jahren an.

Auf dem nun größeren Stand in der Halle 5 werden auch die „Profi“-Modelle deutlich besser in Szene gesetzt: Die Reihe mit Modellen im Maßstab 1:16 über 1:25 und 1:32 bis 1:50 (Junkers Ju 52) und 1:100 (Liebherr-Turmdrehkran) wendet sich je nach Schwierigkeit und Teile-Anzahl an Konstrukteure ab 8 oder 14 Jahren.

 The tractor „Fendt 800 Vario“ with trailer in the smallest DIY Metal Kit „Tronico Micro Series“ (scale 1:64, 577 parts, 190 g) is packed in a gift box: made of high quality metal and high quality plastic material, free-wheel action, tires with original patterns made of soft plastic, including trailer tow hitch.



Den Mercedes-Benz Sprinter im Maßstab 1:32 gibt es in den Versionen Polizei und Feuerwehr mit Light & Sound

www.Rubiks.com

# Rubik's®



Rubik® and Rubik's Cube® copyrights and trademarks are owned, protected and enforced by Rubik's Brand Ltd. [www.rubiksbrand.com](http://www.rubiksbrand.com)

BULLYLAND

## Erweiterung mit Spielsets

Der schwäbische Spielfigurenhersteller Bullyland erweitert 2015 sein umfangreiches Sortiment um die Produktparte „Spielsets“. Gleich zum Jahresbeginn 2015 startet Bullyland mit einem umfangreichen Reiterhof-Spielset gefolgt von Drachenburg und Bauernhof, die derselben Grundidee folgen: In nur wenigen Minuten lässt sich dank „Easy Stick“-System die aus hochwertigem Karton gefertigte Spielwelt ganz ohne Schere und Klebstoff aufbauen und ist somit kurzerhand spielbereit. Alle drei Themen-Sets gibt es in jeweils drei Varianten, die sich darin unterscheiden, dass in dem Paket unterschiedliche Bullyland-Figuren beigelegt sind.

Bullyland setzt mit dieser Spartenweiterung seiner generischen Produktpalette ein Zeichen und versteht sich als viel mehr denn als Hersteller hochwertiger Einzelfiguren – ganze Spielwelten mit

einer Vielzahl an Möglichkeiten der Bespielbarkeit und Flexibilität sind das sehenswerte Ergebnis monatelanger Arbeit hieran.

Bullyland ist der kontinuierlich hohe Qualitätsmaßstab eine zentrale Herzensangelegenheit, was sich darin spiegelt, dass ein Großteil der Produkte mit dem „spiel gut“-Siegel ausgezeichnet sind und selbstverständlich auch den strengen Richtlinien der Spielzeugverordnung entsprechen. Besonders stolz ist Bullyland darauf, dass die Spielfiguren ausschließlich aus PVC-freiem Material hergestellt werden.

Die Bullyland GmbH wurde im Jahre 1973 in Spraitbach gegründet und gilt als ein renommierter Spielfigurenhersteller mit weltweitem Vertriebsnetz. International gefragt sind sowohl Tierfiguren aller



Art als auch große Lizenzthemen wie beispielsweise Walt Disney-Figuren, Yakari oder Biene Maja.

 Starting into the year 2015, Bullyland launched a riding center play set in three varieties including six figurines. It will be followed by a dragon castle and a farm. Thanks to the "Easy Stick" system, the play worlds made from top quality cardboard can be built up in just a few minutes without having to use scissors or glue.



## Starke Marken – starke Lizenzen

[www.wdr-mediagroup.com/programmvermarktung](http://www.wdr-mediagroup.com/programmvermarktung)

GOLIATH

## Robo Turtle trifft Robo Fish

Wer paddelt denn da? Robo Turtle fühlt sich in der Badewanne genauso pudelwohl wie seine lebenden Verwandten im Ozean. Der kleine Exot fasziniert mit realistischen Bewegungen im Wasser und an Land. „Robo Turtle“ macht nicht nur das Baden für Kinder ab 3 Jahren zum Erlebnis – auch an Land kriecht der kleine Kamerad auf glatten Oberflächen wie eine echte Schildkröte munter umher.



Sobald Kinder „Robo Turtle“ ins Wasser setzen, reagieren die Sensoren der Roboter-Schildkröte auf den Druck des Wassers und sie schwimmt fröhlich drauflos. Die Flossen der Hightech-Schildkröte bewegen sich dabei so natürlich, dass sie kaum von einer echten Schildkröte zu unterscheiden ist. An Land reagiert sie auf Berührung am Panzer und flitzt dann schnell ins nächste kühle Nass.

Gleich nach dem Auspacken kann „Robo Turtle“ los schwimmen, auch Ersatzbatterien gehören zum „Robo Turtle Bulk“ dazu. Neben der braunen Schildkröte, gibt es für alle Wissbegierigen im Bulk auch einen kurzen Steckbrief mit Eckdaten zu Schildkröten. Für diejenigen, die auch im Kinderzimmer die Schildkröte beim Plantschen beobachten wollen, gibt es das „Robo Turtle Playset“. Neben Bonus-Batterien enthält es ein kleines



Aquarium mit Fels, in dem die grüne Schildkröte nach Herzenslust ihre Runden drehen kann.

 In August, Goliath will provide a companion for the popular “Robo Fish” in its underwater world: The “Robo Turtle” will start swimming immediately when unpacked. The play set for children from 5 years on includes free batteries along with a small fish tank with a rock.

ROLLY TOYS

## Großer Metallbagger in zwei Versionen

Die komplett neu entwickelte Version „RollyDigger XL“ wird 2015 zunächst im „CAT“-Design produziert, nachdem immer neue Anfragen aus vielen Ländern einen großen Metallbagger als funktionellen Nachfolger des vor zwei Jahren eingestellten „RollyDigger II“ deutlich machten. Zusätzlich gibt es eine neutrale, nicht minder

attraktive Version in puncto Sicherheit, Funktionalität und Design: Das Fassungsvermögen der Schaufel wurde gegenüber dem Vorgänger fast verdoppelt und der Ausleger lässt sich weit nach oben schwenken. Die Grabtiefe wurde durch den längeren Arm deutlich erhöht und der gefederte Ausleger mit Sitz lässt sich um 180° auf dem Chassis

drehen. Den kindersicheren Betrieb gewährleistet die in einem extra Kunststoffgehäuse gekapselte Federvorrichtung.

 A highlight from Rolly Toys is a completely new metal excavator; the volume of the shovel has been doubled. The “RollyDigger XL” in the “CAT” design will be followed by a neutral though equally attractive model as regards safety, design and function.



PLAYBOX

# Eine Welt voller kreativer Ideen

Das schwedische Familienunternehmen Playbox AB ist spezialisiert auf innovative Bastelprodukte und bietet von Perlen bis Bastelsets alles für das Kreativsortiment. Dank langjähriger internationaler Beziehungen und einem eigenen Büro in China hat sich Playbox AB zu einem starken Partner im internationalen Handel entwickelt. Unter den Kunden befinden sich sowohl Schulfirmen als auch international bekannte Spielzeugketten. Von China

bis Irland, von Australien bis Deutschland beliefert Playbox AB Kunden in der ganzen Welt. Das Unternehmen setzt dabei auf flexible Lösungen im Sinne der Kundenorientierung. So wurde ein Großteil der Produkte in Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt und Playbox AB ist spezialisiert auf Private Label. Auf höchste Produktqualität wird dabei besonderer Wert gelegt und die Produkte entsprechen den Normen der Richtlinie 2001/95/EG. Das Spielzeug wird zudem regelmäßig gemäß den europäischen Sicherheitsnormen EN71 und REACH geprüft. Playbox AB ist Mitglied des International Council of Toy Industries (ICTI) und setzt auch bei seinen Lieferanten eine BSCI- oder ICTI-Zertifizierung voraus.

 Playbox AB, a Swedish toy company, is a customer orientated producer of creative



toys for school and retail. Thanks to long international experience and an own base in China Playbox secures high quality and timely order deliveries. Being a small, family company, Playbox can provide flexible, customer orientated solutions. Naturally, private label is one of the specialties.



Room 602, Building 10,  
No 196 Ouyang Road,  
Hongkou District Shanghai, China  
Shanghai – 200081 – China  
[www.onetarget.ch](http://www.onetarget.ch)

**Booth E02 @Hall 10.1**

promotion, product design, launch strategy, licensing, production  
with high quality standards and service.



IMC TOYS

# Intergalaktische Reisen

Zur neuen TV-Serie „Miles from Tomorrow“ bringt IMC Toys eine breite Spielwaren-Range heraus – im Frühjahr in Großbritannien und danach weltweit: Sammelfiguren, interaktive Figuren mit Spezialfunktionen, Fahrzeuge und Weltraumschiffe sowie Spielsets. Die Serie

auf Disney Junior spielt im Weltall und zeigt faszinierende Missionen der Callisto-Familie: die sechsjährige Miles, ihre große Schwester Loretta und die Wissenschaftler Phoebe und Leo, die Eltern arbeiten für die TTA (Tomorrowland Transit Authority). Jede Episode enthält zwei Geschichten mit elf Minuten voller Abenteuer, wenn Miles und ihre Familie durch fremdartige, außergewöhnliche Welten reisen. Sie nehmen junge Zuschauer und Familien auf spannende Reisen, die das natürliche kindliche Interesse für den Weltraum aufgreift und gleichzeitig ihnen bewusst macht, dass mehr wiegt, was näher zu Hause liegt – ein guter Familienverbund.

## Weltraum-Features

Marketingdirektor Jordi Borrell: „IMC Toys ist begeistert über die Partnerschaft mit Disney, diese innovative Serie baut ein komplett neues Thema für Vorschüler auf und wird auf Disney Junior – einem der bestperformenden Vorschulkanäle in Europa – ausgestrahlt. Unsere neue Spielzeug-Linie mit einfallreichen Weltraum-Features wird großen Spielspaß für die Kunden bieten.“

Seit 1981 ist der spanische Hersteller für Spielwaren für Mädchen und Jungen



ab 6 Monaten bis 12 Jahren bekannt. Zum Portfolio gehören Lizenzprodukte und spannende Eigenmarken. IMC Toys hat Niederlassungen in Hongkong, Großbritannien, Frankreich, Portugal sowie Deutschland (2008 in Schwabach) und verkauft die Produkte erfolgreich in über 50 Ländern weltweit.

 Based in Barcelona, IMC Toys launch the "Miles from Tomorrow" toy range in the UK and other key markets during 2015, before reaching the whole of Europe in 2016. The range includes collectible figures, special function interactive figures, vehicles and space ships, play sets and role play. An amazing space look will be integrated into the toys packaging.



Welcome to Playbox • Hall 4/C20 SPIELWARENMESSE



SUPER RTL

## Viele Lizenzmarken

Ab Frühjahr 2015 bringen zahlreiche Lizenznehmer erste „Leo Lausemaus“-Produkte zur neuen TV-Serie in die Regale, parallel dazu initiiert Super RTL eine plattformübergreifende Marketingkampagne. Seit der TV-Premiere im Herbst 2014 hat sich die Serie sehr gut im Vorschulprogramm Toggolino bewährt. Das hochwertig animierte Preschool-Thema – auch 94



Prozent der Mütter beurteilen die Marke des Rechteinhabers m4e positiv – wird vom Lizenzmarkt und den Händlern begeistert aufgenommen.

Aufgrund der sehr action-orientierten Ausrichtung mit Drachenrennen und Luftkämpfen bietet „Dragons“ weiter große Potenziale in zahlreichen Kategorien. Kinder können ihre Helden aus Kino („Drachenzähmen leicht gemacht“) und Fernsehen („Dragons – Die Reiter von Berk“) mittlerweile mit zahlreichen Produkten direkt zu sich nach Hause holen.

Ein vielseitig auszuwertender Styleguide zum Film „Home“, der Ende März in die Kinos kommt, eignet sich für eine breite Produktrange für Mädchen ab 6 Jahren. Die reichlich alberne Alien-Rasse „Boov“ unter Käpt'n Smek fällt auf der



Erde ein, um sich vor den Gorgs zu verstecken. Der Alien Oh verbündet sich mit dem Teenager-Mädchen Tip und das ungleiche Paar erlebt eine komische Abenteuerreise durch verschiedene Städte und Länder.

 *The funny extraterrestrial movie "Home" full of girl power features reality-like story elements alongside mega star Rihanna's breathtaking music. According to Super RTL, the "Dragons" theme with its strongly action-minded orientation promises also a large potential in many categories in 2015 offering dragon races and air fights.*



Disney

# STAR WARS

NOCH NIE DAGEWESENE FASZINATION

### STAR WARS CLASSIC

AB SEPTEMBER 2015

- ROBOTIC-FIGUREN
- U-COMMAND - RC FAHRZEUGE
- INTERAKTIVE-FIGUREN

### STAR WARS REBELS

AB SEPTEMBER 2015

- INTERAKTIVE-FIGUREN

### STAR WARS THE FORCE AWAKENS

AB NOVEMBER 2015

- ROBOTIC-FIGUREN
- FLIEGENDE RAUMSCHIFFE - RC
- U-COMMAND - RC FAHRZEUGE
- INTERAKTIVE-FIGUREN

MEDIAPLAN:

TV: SEP  
400 GRP

PR:  
SEP-DEZ

ONLINE:  
SEP-DEZ

KINO:  
DEZ

MTW TOYS DEUTSCHLAND GMBH  
WINSENER STRASSE 38 • 21271 HANSTEDT - GERMANY  
TEL.: +49 (0) 4184 8975 185 • FAX: +49 (0) 4184 8975 186  
JAUMANN.FELIX@MONDO.LU

STAND B01/C18

© & ™ Lucasfilm Ltd.

MTW



## Bügelperlen

- in 58 Farben und
- drei verschiedenen Größen  
mini, midi und maxi

**DAN import** Postfach 627, 32636 Lemgo  
Telefon (0 52 61) 94 41 90  
Telefax (0 52 61) 94 41 60

**Spielwarenmesse Nürnberg**  
**Halle 4 - A - 89**



**Halle 4**  
**Stand Nr. A-95**

Der Surfstep ist die neueste Evolution vom traditionellen Kickboard zum High-End Scooter. Das neue Antriebssystem verbindet das Beste Roller-Erlebnis beider Welten!!

www.surfstep.com

RUBIK'S

## Zauberwürfel für Kleine

**B**unte Kuben zum Drehen, Aufbauen und immer neuen Entdecken – das Kultobjekt „Rubik's Cube“ bringt Seven Towns nun auch in verschiedenen Varianten für die Jüngsten heraus. Der deutsche Vertriebspartner Jumbo Spiele kündigt den 12 cm großen „My First Rubik's Cube“ an, der sich zusammendrücken und drehen lässt. Bei dieser kompakten Spielzeugvariante des berühmten Zauberwürfels entwickeln Kinder ab 3 Jahren ihre motorischen Fähigkeiten und lernen Farben

spielerisch kennen. Ebenfalls neu sind das dreidimensionale „Rubik's Sort & Solve Puzzle“ zur Entdeckung von 18 verschiedenen Formen und „Rubik's Stackable Cubes“ zum Drehen und Aufbauen, bis die Farben zusammen passen.



 *A Rubik's cube for toddlers: These padded toys turn like a real Rubik's cube. With its compact design, this fabulous gadget will soon become children's favourite toy. Toddlers develop their fine motor skills and recognize colours as they play.*



**messtrends** Nr.2 erscheint am 29. Januar 2015 und ist

kostenlos am Stand von **SPIELZEUG** international erhältlich.

**Foyer Halle**  
**12.0**

KONAMI

## Monster-Gruppierungen

**A**m 12. Februar 2015 erfolgt der Release des speziellen 60-Karten-Booster-Sets „The Secret Forces“. Es stellt drei neue Gruppierungen von noch nie dagewesenen Monstern vor, die bereit sind, sich auf den härtesten Turnieren des Yu-Gi-Oh! Trading Card Game zu bewähren. Dieses Set für Fans ab 6 Jahren besteht ausschließlich aus Foilkarten und enthält 32 neue Karten von den drei Monster-Gruppierungen sowie 28 sorgfältig ausgewählte Karten, welche Duellanten bei der Zusammenstellung ihrer Decks helfen werden, darunter die nur noch selten zu

findende Vorbereitung der Riten, die seit über fünf Jahren nicht mehr neu aufgelegt wurde.

Neben vielen anderen Produkten steht auf der Spielwarenmesse „ARC-V“ zur neuen TV-Serie 2015 im Fokus. Die Nachfolgerserie von „Zexal“ aus dem Yu-Gi-Oh!-Franchise führt eine neue Art der Beschwörung ein – die „Pendel-Beschwörung“ (Pendulum Summon).

 *In addition to the hot new TCG products (e.g. „Secret of Eternity“, „Hero Strike“, „Premium Gold 2“), Konami will also share a first*



*peek of the „Yu-Gi-Oh! ARC-V“ television series that will hit the European market this year with the introduction of new characters, monsters and story lines!*

DICKIE TOYS

# RC-Porsche 918 Spyder

Der Porsche 918 Spider ist ein Hybridfahrzeug mit Renn-Genen. Er besitzt drei Antriebsquellen, zwei davon sind Elektromotoren. Der erste mit je 95 KW (129 PS) ist an der Vorderachse platziert und der zweite mit 115 KW (156 PS) an der Hinterachse. Sie erreichen eine rein elektrische Höchstgeschwindigkeit von bis zu 150 km/h. Hinzu kommt ein V8 Mittelmotor mit 447 kW (608 PS), was den 918 Spyder auf eine Höchstgeschwindigkeit von 345 km/h katapultiert. Von 0-100 km/h geht es in nur 2,6 Sekunden. Dabei verbraucht der Rennbolide kombiniert nur ca. 3,1 Liter Benzin/100 km und 12,7 kWh/100 km Strom. Sein Preis: 800.000 Euro.

Etwas günstiger ist der Traumwagen als RC-Spielzeugauto von Dickie

Toys, der in enger Abstimmung mit Porsche entstand. Leuchtende Augen sind bei Kindern und Vätern garantiert, wenn der unvergleichliche Porsche Originalsound des neuen funkferngesteuerten „Dickie RC Porsche 918 Spyder“ ertönt. Sein Licht kann über den 3. Kanal der Funkfernsteuerung aus- und eingeschaltet werden. Dabei können die kleinen Fahrer auf Wunsch auch die Felgen des Wagens leuchten lassen. Selbstverständlich rollt der Porsche auf Reifen von Michelin, ganz wie das Original. Und doch hat er dem Original eines voraus: betrieben wird der funkferngesteuerte Wagen nur mit Strom und die Batterien sind auch schon im Lieferumfang enthalten.

 *The unique original sound of Dickie Toys' new "RC Porsche 918 Spyder" was created in close cooperation with Porsche. The lights can be switched on and off via the third channel of the radio remote control.*



Metallbaukasten mit Lizenzen  
Metal Construction Kits



NEUER STANDORT  
Spielwarenmesse  
HALLE 5-C-09

MONDO

## Minions und Hot Wheels

Das italienische Familienunternehmen Mondo zeigt wieder attraktive Lizenzprodukte in Nürnberg. Die erfolgreiche Produktpalette zu den aus den Kultfilmen „Ich – einfach unverwundlich“ bekannten Figuren erweitert MTW (Mondo Thinkway Toys) rechtzeitig zum Start des „Minions“-Films im Juli 2015 mit passenden Outfits, neuen Effekten und Gimmicks. Dazu kommen Spielsets mit

bis zu zehn kleinen Minions und Aufziehfiguren, die großen elektronischen Plüschfiguren können sprechen und tanzen. Abgerundet wird das Portfolio durch eine RC-Version sowie klassisches Sand- und Wasserspielzeug.

Vor allem Jungs begeistern sich für die Modellautos, ferngesteuerten Fahrzeuge und Fluggeräte von Mondo Motors.



Wichtigste Lizenz ist „Hot Wheels“ mit einem Portfolio in vielen Preisklassen. Sechs- bis Neunjährige erleben hier eine besondere Spielwelt mit Aufregung, Herausforderung und Wettbewerb. In diesem Jahr kommen laut Sven Meier, seit 2012 als Country Manager für Deutschland zuständig, weitere neue Trucks, Cars und Buggies in den Handel.

 In the Mondo group, MTW (Mondo Thinkway Toys) and Mondo Motors are not only among the most important licensees on the toys market. Their products also feature an excellent price-performance ratio. The new products on display in Nuremberg will include, amongst others, „Cars“, „Hot Wheels“, „Minnie“ and the cheeky „Minions“ characters that have won a huge fan community throughout all age groups in the wake of the two movies „Despicable Me“.



MTS SPORT

## OgoSport in trendigem Design

Das vielseitige Ogosport-Set kommt in einem brandneuen und vor allem trendigen Look und beinhaltet zwei Superdisks und einen ganz speziellen Soft-Ball, der nicht auf die Straße rollt. Dabei sind dem Ogospiel jedoch keine Grenzen gesetzt. Die Superdisk fängt Bälle und schießt sie bis zu 45 m weit, aber kann auch als Wurfdisk verwendet werden. OgoSport ist ideal zur Schulung der Motorik und Auge-Hand-Koordination. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt, es kann alleine, zu zweit oder von mehreren Spielern gespielt werden und passt sich an viele Sportarten an wie z. B. Volleyball,

Baseball und Tennis. Eine besondere Variante ist das Spiel mit gefüllten Wasserballons. Da die OgoSport Disk nicht untergeht, bringt sie auch viel Spaß für Strand oder Pool.

 The special soft ball from MTS is perfectly suited to go with the „OgoSport Superdisk“ and can be used for many sports. „OgoSport“ helps to train motor skills and hand-eye coordination. It can be employed for leisure games or for entertaining oneself.



EASTCOLIGHT

## Blick ins Universum

Das „Dr. Tec LCD Digital Telescope“ mit 2,4“-TFT-Farbbildschirm ermöglicht einen sofortigen Durchblick sowie die Speicherung von Bildern und Videos von astronomischen oder terrestrischen Phänomenen (2 Megapixel-Sensor). Mit vierfachem Digitalzoom sind 80-fache Vergrößerungen möglich, der Objektiv-Durchmesser beträgt 60 mm. Die Betrachtung funktioniert über das Okular oder den LCD-Bildschirm – das Gerät kann sehr einfach mit TV oder Computer verbunden werden. Das Teleskop ist mit MicroSD-Karte kompatibel.

Eastcolight vermarktet über 500 verschiedene Artikel – häufig auch prämiert

– in mehr als 110 Ländern weltweit. Die Produktionsstätten sind sehr gut ausgestattet und beschäftigen mehr als 2.300 technisch versierte Mitarbeiter bis hin zu Ingenieuren und anderen Spezialisten. Im eigenen Unternehmen sind alle Möglichkeiten für Produktdesign, Herstellung von Prototypen, Formen sowie Verarbeitung bis hin zum Lager beheimatet. Die Fabrik ist nach ISO 9001, SA8000 und der heimischen „3C“ zertifiziert.

 Eastcolight introduce “Dr. Tec LCD Digital Telescope” with easy connection to TV and computer for instant view and storage of images and videos for astronomical and



terrestrial objects: up to 80x with 4x digital zoom and view through eyepiece or on LCD screen.

SCHLEICH

## Spannende Ritterturniere

Themenwelten erhöhen auch 2015 nicht nur den Spielwert, sondern generieren kontinuierlich neue Kaufanreize: Das Traditionsunternehmen Schleich setzt die strategische Neuausrichtung mit starkem Handelssupport fort. Neben Bayala, Savanne und Reitturnier steht in dem seit Jahren umfangreichsten Neuheiten-Programm die Ritterwelt im Fokus: Das ab Juli verfügbare Set „Kampfarena“ mit Zwerg, zwei Rittern sowie viel Zubehör besteht aus variabel steckbaren Palisadenwänden, ein Käfig mit beweglichen Elementen trennt die Kämpfer voneinander. Der drehbare Pfahl dient zum Anketten der Drachen, ein Morgenstern zum

Training der Ritter. Bereits seit Januar sind sechs gefährliche Drachen lieferbar – teilweise mit beweglichen Flügeln und Unterkiefern. Begleitbüchlein beschreiben ihre einzigartigen Kräfte und besonderes Wesen.

 Schleich's fighting arena features a turning pole and an integrable cage with portcullis and a moving trapdoor. These properties make it the perfect place for struggles between knights and dragons. Four of the six new dragons from the “Eldrador” world of knights are equipped with moving wings or lower jaws, which make them appear even more lifelike.

Die 150 x 35 x 31 cm große „Kampfarena“ ermöglicht spannende Abenteuer mit Rittern und Drachen



GOWI

## Runder Geburtstag

Gowi steht für hohe Qualität und umweltfreundliche Produktionsmethoden. Innerhalb von 190 Jahren hat sich aus einer kleinen Werkstatt in Graz ein erfolgreiches Unternehmen mit heute über 250 verschiedenen Produkten entwickelt. Vor allem Sandspielzeug, Teeservice und Küchen haben der Marke in den letzten Jahrzehnten zur großen Beliebtheit verholfen.

 Gowi will celebrate its 190<sup>th</sup> anniversary with different campaigns and events in order to attract more attention to this long-established brand.

SIMBA DICKIE GROUP

# Jahresergebnis 2014 leicht rückläufig

Auf ihrer schon traditionellen Pressekonferenz vor der Spielwarenmesse gab die international tätige Simba Dickie Group in Fürth ihre Einschätzungen zum abgelaufenem Jahr und die Umsatzzahlen bekannt. Zusammengefasst lauten die Schlagzeilen so: Geringe Umsatzrückgänge aufgrund politischer Krisensituation in Russland und der Ukraine; erfreuliche Umsatzentwicklung des französischen Spielwarenherstellers Smoby Toys; weiterhin solide Ertragsituation; wichtige Investitionen in eigene Produktionsstätten mit Eigenproduktionsanteil über 50 Prozent; mittlerer Osten gewinnt zunehmend an Bedeutung für die Firmengruppe; Sortimentsergänzung nach Kauf des schwedischen Spielwarenherstellers Aquaplay und Mehrheitsbeteiligung beim Nürnberger PBS-Hersteller Undercover (Umsatz 2014 bei ca. 15 Mio. €).

CEO Michael Sieber nannte 2014 „kein leichtes Jahr, in dem man mit einem ‚blauen Auge‘ davongekommen ist.“ Für 2015 äußerte er sich vorsichtig optimistisch, falls sich die Lage in Russland und der Ukraine wieder stabilisieren sollte. Europa habe sich für die Firmengruppe wieder sehr gut entwickelt.

Auf die Frage von SPIELZEUGinternational nach der Preisentwicklung aufgrund des starken US\$ und damit auch Hongkong-Dollars und des schwachen Euros meinte COO Uwe Weiler, dass aufgrund von Währungsabsicherungen noch kein unmittelbarer Handlungsbedarf bestehe, aber falls die Dollar-Situation so bleibe, dann seien gegen Jahresende Preiserhöhungen nicht zu vermeiden.

„Der konsolidierte Gesamtumsatz 2014 beträgt 602 Mio. € (Vorjahr 631 Mio. €). Aufgrund der politischen Krisen in Russland und in der Ukraine – wichtige Exportmärkte unserer Unternehmensgruppe – und den Währungsentwicklungen in wichtigen Schwellenländern bzw. rohstoffexportierenden Ländern, ist ein Umsatzrückgang von nur ca. 4,5 Prozent positiv zu sehen und weit besser als man in diesem Jahr erwarten konnte“, bewertet Manfred Duschl, Geschäftsführer und CFO der Simba Dickie Group. Die Simba Gruppe einschließlich der Gesellschaften Big und Noris-Spiele hat 2014 einen konsolidierten Gesamtumsatz in Höhe von 137 Mio. € (Vorjahr 150 Mio. €) erzielt. Bei der Dickie Gruppe einschließlich der Gesellschaft Dickie-Tamiya ging der konsolidierte Gesamtumsatz von 99,5 Mio. € im Vorjahr auf 93 Mio. € zurück. Bei der Simba Gruppe konnte der Verlust der Produktlinie Filly im Vorjahr zwar weit über die Planungen hinaus kompensiert werden, allerdings noch nicht zu 100 Prozent. Bei der Dickie Gruppe blieben die Verkaufszahlen der Disney Lizenz Planes hinter den Verkaufszahlen von Cars aus dem Vorjahr zurück.

Die Smoby Gruppe konnte durch erfreuliche Umsatzzuwächse im Stammland Frankreich und Westeuropa den konsolidierten Gesamtumsatz von 118,5 Mio. € im Vorjahr auf 124 Mio. € um 5 Prozent steigern. Überwiegend aufgrund der Entwicklung in Osteuropa und Russland ging der konsolidierte Umsatz der ausländischen Tochtergesellschaften der Simba Dickie Group um 6 Prozent von 264 Mio. € im Vorjahr auf 248 Mio. € zurück. Allein die Tochtergesellschaft der Simba Dickie Group in

Russland ist an diesem Rückgang mit über 10 Mio. € vertreten.

Der internationale Anteil der Simba Dickie Group bleibt mit ca. 75 Prozent auch 2014 unverändert. Die Hauptexportnationen waren 2014 die Länder Frankreich, Spanien und Italien. Russland gehört im Moment dieser Spitzengruppe nicht mehr an.

Für 2015 plant die Simba Dickie Group den Gesamtumsatz um 2,5 Prozent auf 617 Mio. € zu erhöhen.

## Ertrags-/Finanzsituation

Die Simba Dickie Group, die 2014 weltweit etwa 3.050 Mitarbeiter (Vorjahr 3.200) beschäftigte, reagierte mit einer laufenden Anpassung der jeweiligen Kapazitäten sehr frühzeitig auf die Entwicklungen. Dadurch konnten negative Auswirkungen auf die Ertragslage der Gruppe durch die rückläufige Umsatzentwicklung laut CFO Duschl weitgehend aufgefangen werden. Die Erträge hätten sich im Vergleich zum Vorjahr nur unwesentlich verringert. An der Ertrags- und Finanzsituation der Gruppe habe sich zum Vorjahr ebenfalls nichts geändert. Sie sei unverändert gut, solide und äußerst stabil.

 In 2014, Simba-Dickie group's consolidated total turnover amounted to 602 m euros (previous year: 631 m euros). The Simba group including the Big and Noris-Spiele companies recorded a consolidated total turnover worth 137 m euros in 2014 (previous year: 150 m euros). As far as the Dickie group – including Dickie-Tamiya – is concerned, the consolidated total turnover declined from 99.5 m euros in the year before to 93 m euros in 2014. Growing sales in its home country, France, and across Western Europe helped the Smoby group increase its consolidated total turnover from 118.5m euros in the previous year to 124m euros, which means a 5 percent growth. Consolidated sales of Simba-Dickie's foreign branches dropped by 6 percent from 264 m euros in the year before to 248 m euros.

For 2015, the group envisages a sales increase of approx. 2.5 percent to 615 m euros.

IMPRESSUM:

**messtrends**

ist eine Sonderveröffentlichung von

**SPIELZEUG** international

zur 66. Spielwarenmesse in Nürnberg

Herausgeber: Alfred G. Kropfeld  
Anzeigenleitung: Ingrid Kropfeld

Druck:  
Aumüller Druck, Regensburg

Verlag:  
ITM Verlags GmbH & Co. KG  
Debert 32, 91320 Ebermannstadt

Tel.: +49 (0)9194 73 78-0  
Fax: +49 (0)9194 73 78-20

E-Mail:  
spielzeug@spielzeuginternational.de  
Messestand: Telefon: +49 (0)178 1402 422



Crystals  
from Swarovski®

# Filly®

Stars



## Entdecken Sie die neuen Filly Stars

Verpassen Sie auf keinen Fall die Enthüllung der  
neuen Filly Stars in der

Halle 10.1 Stand D-19  
Spielwarenmesse 2015,

Für Lizenzanfragen,  
kontaktieren Sie uns bitte unter: [license@dracco.com](mailto:license@dracco.com)

[www.filly.com](http://www.filly.com)



© 2014 HFOL  
[www.dracco.com](http://www.dracco.com)

# Discover the new SOS-line

CREATI



Hall 6 | B-02/C-01

SIMBA · DICKIE · GROUP

**MAJORETTE**