Nr. 1
29. Januar 2014

Herausgeber: Alfred G. Kropfeld

SPIELZEUG international

messetrends

Aktuelle Sonderausgabe zur 65. Spielwarenmesse



Deutsch/English



zur feierlichen Eröffnung der 65. Spielwa-
isterpräsident gab sich zur 65. Auflage der
ister Söder. Dieser lobte nicht nur die Spiel-
r bei Spielwaren. Die Innovationskraft und
ar. Der Messe bescheinigte er eine heraus-
nst Kick nach dem Rahmenprogramm und
ie Mitwirkenden der Walking Acts auf der

siehe S. 9


Carrera® RC
We only go
fast!
Red Bull
Stand C35
Hall 6
spielwarenmesse®
Nuremberg 29 Jan - 3 Feb 2014
Stadlbauer Marketing + Vertrieb GmbH
Rennbahn Allee 1 · 5412 Puch / Salzburg · Austria
carrera-toys.com
For license information please refer to our internet page as well as the 2014 Carrera RC catalogue.

Nr. 1
29. Januar 2014

Herausgeber: Alfred G. Kropfeld

SPIELZEUG international

messetrends

Aktuelle Sonderausgabe zur 65. Spielwarenmesse

SPIELWARENMESSE

Feierliche Messeeröffnung

Deutsch/English



Foto: Alex Schelbert / Spielwarenmesse eG

Das Konferenz-Center Mitte der NürnbergMesse war bis auf den letzten Platz gefüllt zur feierlichen Eröffnung der 65. Spielwarenmesse und der Verleihung der ToyAwards. Nur der angekündigte Bayerische Ministerpräsident gab sich zur 65. Auflage der weltgrößten Spielwarenmesse nicht die Ehre, sondern schickte den fränkischen Staatsminister Söder. Dieser lobte nicht nur die Spielwarenmesse, sondern bezeichnete Nürnberg auch als den Mittelpunkt der Welt, nicht nur bei Spielwaren. Die Innovationskraft und die Sicherheitsanforderungen bei Spielwaren stellten eine hohe ökonomische Leistung dar. Der Messe bescheinigte er eine herausragende Leistungsschau zu sein. Die Redner zügelten sich in ihren Worten, sodass CEO Ernst Kick nach dem Rahmenprogramm und der Verleihung der ToyAwards das Büffet für eröffnet erklären konnte. Unser Bild zeigt die Mitwirkenden der Walking Acts auf der Neuheiten-Schau vom Vormittag.

In dieser Ausgabe lesen Sie u. a. :

Simba Toys / Dickie Toys: Master-Toy-Lizenz Feuerwehrmann Sam 4
Lego: Wachstum der Lego GmbH in DACH-Region bei 4,1 Prozent 5
Spielwarenmesse: ToyAward 2014 in vier Kategorien 6
Bruder: Zweistelliges Wachstum 7
Impressionen von der Neuheiten-Schau 8, 10
Mattel: Barbies neue Kollektion 2014 goes Streetstyle 9
Disney: Rapunzel machte das Rennen! 29
Stadlbauer: Carrera-Highlights 2014 30
Simba Dickie Group: Positive Umsatzentwicklung 38

siehe S. 9

NEWS

MARTIN FUCHS

Firma verkauft

Mangels Nachfolge in der eigenen Familie hat das 1919 gegründete Traditionsunternehmen Martin Fuchs Spielwaren GmbH & Co. KG mit ihrer Kernmarke Spielstabil die Firma an die Heidelberger Dr. Rainer Wild Holding GmbH & Co. KG verkauft. Damit sichert das Heidelberger Unternehmen, das mit Tinti bereits seit 1997 Badespaßprodukte für Kinder vertreibt, die Zukunft des traditionsreichen Spielwarenherstellers und stärkt seine eigene Kompetenz im Bereich Kinderprodukte.

Martin Fuchs, a company established in1919 and renowned for its core brand "Spielstabil", was acquired by the Heidelberg-based Wild Group, which has been offering bathing fun items for children since 1997 under the "Tinti" name.

DVSI

Umzug nach Nürnberg

Der Deutsche Verband der Spielwarenindustrie (DVSI) verlagert zum 1. Januar 2015 seinen Sitz von Stuttgart nach Nürnberg. Gf. Ulrich Brobeil: „Nürnberg ist die Hauptstadt der Spielwaren, in der jedes Jahr die weltgrößte Spielwarenmesse stattfindet. In der Region sind viele unserer Mitglieder ansässig. Außerdem wurde in der Noris schon im 14. Jahrhundert Spielzeug hergestellt. Die Stadt verfügt über eines der bekanntesten Spielwarenmuseen der Welt und besitzt mit dem Deutschen Spielearchiv eine einzigartige Sammlung von Gesellschaftsspielen des 20. Jahrhunderts." Der DVSI vertritt die Interessen von rund 230 Unternehmen mit 10.500 Beschäftigten in Deutschland.

SIMBA TOYS / DICKIE TOYS

Master-Toy-Lizenz Feuerwehrmann Sam

Feuerwehrmann Sam begeistert wie kaum eine andere Preschool-Lizenz Kinder und Erwachsene gleichermaßen – Aktuell laufen die Serien 6 und 7 auf Ki.Ka – Für das 2. Halbjahr sind weitere Ausstrahlungen in Planung



Feuerwehrmann Sam und seine Kollegen haben im beschaulichen Städtchen Pontypandy mächtig was zu tun. Zum Glück kommen Sam und seine Truppe stets zur rechten Zeit. Ob nun ein vergnügt knabberndes Eichhörnchen einen Kabelbrand verursacht, der lokale, recht dicke Feuerwehrhauptmann in einem finsteren Höhlengang feststeckt oder das trockene Grasland rund um Pontypandy Feuer fängt: Sam lässt sich nicht lange bitten und beweist den kleinen Zuschauern, was man mit Mut, Tatkraft, Hilfsbereitschaft und Teamgeist alles schaffen kann.

Die Simba Dickie Group hat sich für Feuerwehrmann Sam die Master-Toy-Lizenzrechte gesichert. Die Vorreiterrolle übernehmen Simba und Dickie.

Simba deckt die Bereiche Preschool-Figuren und -Spielsets ab. Hier werden alle wichtigen Charaktere zum Leben erweckt und natürlich dürfen Feuerwehrfahrzeuge genauso wenig fehlen wie eine Feuerwehrstation und ein Feuerwehrturm. Einige dieser Highlight-Artikel aus dem Bereich Spielsets werden zum Weihnachtsgeschäft im Mittelpunkt einer Werbekampagne stehen. Zusätzlich deckt Simba mit Feuerwehrhelm, Rettungsschere und Einsatzgürtel mit Funkgerät und Feuerwehraxt den Bereich Roleplay ab.

Dickie konzentriert sich auf seine Fachkompetenz im RC-Bereich und bietet ein breites Sortiment von RC-Fahrzeugen, Walkie-Talkies und DieCast-Spielsets an. Ein Highlight ist die im Maßstab 1:24 gefertigte RC-Feuerwehr Jupiter, die dem Original täuschend echt nachempfunden ist. Mit Turbofunktion wird Jupiter schnell zum Einsatzort gelenkt.

Ab August 2014 werden die ersten Produkte von Simba und Dickie im Handel erhältlich sein.

The Simba Dickie Group secured the Master-Toy licensing rights for "Fire Fighter Sam". Simba will introduce new items for the pre-school, figurines and game set areas, while Dickie will present a comprehensive range of RC vehicles, walkie-talkies and die-cast game sets.

>> also see the interview on p. 11

LEGO

Wachstum der Lego GmbH in DACH-Region bei 4,1 Prozent

Auf diese Steine ist Verlass: Auch in 2013 wächst die Lego GmbH in der DACH-Region weiter – In Deutschland konnte ein Wachstum von 4 Prozent verzeichnet werden

Damit steigerte die Lego GmbH ihren Marktanteil um 0,4 Prozentpunkte auf 17,1 Prozent. In Österreich und der Schweiz ist das Unternehmen ebenfalls weiter erfolgreich: In Österreich wuchs die Lego GmbH um 6,1 Prozent und kommt nun auf einen Marktanteil von 18,4 Prozent, in der Schweiz verzeichnete das Unternehmen ein Wachstum von 3,1 Prozent und erreicht einen Marktanteil von 17,2 Prozent. „Wir freuen uns über unser Ergebnis, insbesondere vor dem Hintergrund eines herausfordernden Marktumfeldes“, erklärte Lego Geschäftsführer Michael Kehlet, auf einer Pressekonferenz des Unternehmens anlässlich der Internationalen Spielwarenmesse 2014 in Nürnberg.

Für 2014 rechnet Kehlet mit einem Gesamtmarktwachstum von 0 bis 2 Prozent und Lego wolle da immer einen kleinen Tick mehr erzielen. Andere Marktbeobachter rechneten sogar mit einem Umsatzrückgang. Das Ziel, in 2015 einen Marktanteil von 20 Prozent zu erreichen, verschob Kehlet deshalb um ein Jahr.



V.li.: Michael Kehlet, Vice President and General Manager Lego EUC, Dr. Guido Albanese, Senior Director Operations Lego EUC, Joanna Katharina Lazar-Stumpf, Vice President Marketing Lego EUC, und Søren Lund, Vice President Sales Lego EUC

Kernlinien als Erfolgsmotor 2013

„Für ein gesundes Wachstum sorgt unser starkes Kernsortiment. Darauf sind wir stolz“, sagte Kehlet. Dazu gehören u. a. Lego Technic, Lego Duplo, Lego Friends und Lego City. Lego Friends kam 2012 auf den Markt und geht besonders auf die Spielbedürfnisse von Mädchen ab 5 Jahren ein. Lego Technic ist bereits ein Klassiker und fasziniert Kinder und Erwachsene gleichermaßen. Besonders erfreulich für Lego: In Deutschland waren im vergangenen Jahr 28 Lego Sets unter den 50 meistverkauften Spielwarenprodukten des Jahres (Quelle: NPD Eurotoys). Während der Onlinehandel mit Lego Produkten sich über das Jahr gut entwickelte, erlebte dieser nach Angaben von Kehlet im Dezember 2013 einen Einbruch. Das Wachstum von Lego in diesem Monat sei in erster Linie vom stationären Handel in den Städten gekommen.



Heartlake Saft- und Smoothiebar

Produkthighlights 2014

Am 10. April 2014 läuft „The Lego Movie“ (3-D) im Verleih von Warner Bros. Pictures Germany in den deutschen Kinos an. Bereits Anfang März kommen die Helden und ausgewählte Filmszenen aus dem 3-D-Abenteuer als Lego Bausets in die Kinderzimmer. Damit können Kinder sich selbst als Baumeister betätigen und die Handlungen aus dem Film nachspielen. Kreativen Zuwachs erhält zudem das Lego Star Wars Universum. Die erfolgreiche Lego Lizenz feiert 2014 ihr 15-jähriges Jubiläum und erzählt die Weltraum-Saga mit Produkten zur neuen Star Wars Rebels Serie weiter. Außerdem wird die Spielwelt Lego Chima 2014 um das Thema Feuer und Eis erweitert. „Lego Chima ist ein gutes Beispiel dafür, wie wir Lego Produkte in eine komplette Spiel- und Themenwelt integrieren“, so Joanna Katharina Lazar-Stumpf, Vice President Marketing bei der Lego GmbH.

Ab März neu im Handel: Lego Juniors

Mit der Lego Juniors Reihe bringt die Lego Gruppe 2014 eine komplett neue Produktlinie auf den Markt. Lazar-Stumpf: „Lego Juniors richtet sich an 5- bis 7-Jährige und baut eine Brücke zwischen den Lego Duplo Produkten und klassischen Lego Systembausteinen. So wird der schnelle und altersgerechte Einstieg in die Welt der Lego Sets ermöglicht.“ Die Verbaubarkeit mit allen Lego Produkten ist bei der Lego Juniors Reihe wie immer gewährleistet.

SPIELWARENMESSE

ToyAward 2014 in vier Kategorien

Eine international besetzte, elfköpfige Jury wählte aus 491 eingereichten Produkten (+29 Prozent) der 271 Unternehmen (+19 Prozent gegenüber dem Vorjahr) jeweils drei Artikel in vier Alterskategorien aus. Auf der Eröffnungsfeier gestern wurden die Gewinner bekanntgegeben. Nominiert waren aufgrund Originalität, Sicherheit, Spielspaß, Verarbeitung & Qualität, Verständlichkeit des Produktkonzepts und Erfolgspotenzial im Markt zudem in der Kategorie „Baby & Infant“: Laufdreirad aus Holz (Hudora) und Ziehvieh (Einfach Gut spielen); Katelgorie „PreSchool“: EQB MyRider Series (Art House) und Silhouette Junior – das Kreativ-Memospiel (Pöppel); Kategorie „SchoolKids“: Hot Wheels Street Hawk (Mattel) und Papereenz Mia and me (Boti Europe); Kategorie „Teenager & Family“: Ka-Boom (Huch! & Friends, Hutter Trade) sowie WowWee MiP (Jazwares).

Baby & Infant
(0-2 Jahre)



Heros Kettenbausteine
Simba Toys

PreSchool
(3-5 Jahre)



Freizeitpark
Geobra Brandstätter / Playmobil



This year 271 companies (+19 percent) entered as many as 491 products (+29 percent) for the ToyAward 2014 – more than ever before. The announcement of winners in four categories was yesterday at opening ceremony of 65th Spielwarenmesse. Also these products convinced a jury of eleven experts in terms of originality, safety, play fun, workmanship & quality, ease of understanding of product concept and prospects of success on the market: Categorie “Baby & Infant“: Wooden Push-Along Trike (Hudora) and Pull-Along Animals (Einfach Gut spielen); Categorie “PreSchool“: EQB MyRider series (Art House) and Silhouette Junior – the creative memo game (Pöppel); Categorie “SchoolKids“: Hot Wheels Street Hawk (Mattel) and Papereenz Mia and me (Boti Europe); Categorie “Teenager & Family“: Ka-Boom (Huch! & Friends / Hutter Trade) and WowWee MiP (Jazwares).

SchoolKids
(6-10 Jahre)



Trickfilmwerkstatt
Dorling Kindersley

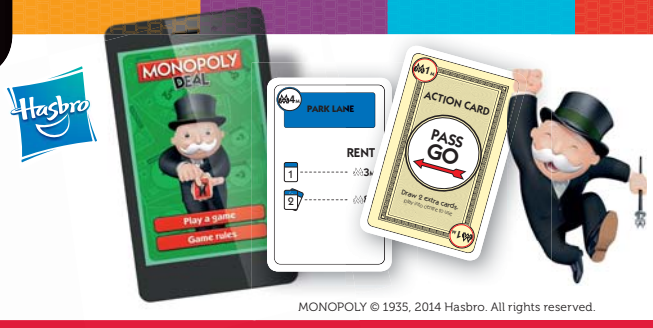
Teenager & Family
(ab 11 Jahre)



Nano Quad
Revell

upgrade your game

Powered by Cartamundi



Die komplette Range
ab Sommer 2014 im Handel!

shuffle upgrade your game

MONOPOLY © 1935, 2014 Hasbro. All rights reserved.

Shuffle - Interaktive Kartenspiele mit digitaler Erweiterung

www.spielkarten.com

Besuchen Sie uns in Nürnberg:
Halle 10.1 / Stand B-06/C-11

ASS ALTENBURGER

BRUDER

Zweistelliges Wachstum

Nach rund 51 Mio. € (2011) und knapp 60 Mio. € (2012) erzielte die Bruder Spielwaren GmbH & Co. KG im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 68 Mio. €. Der geschäftsführender Gesellschafter Paul Heinz Bruder betont: „Mit unserem Umsatzplus von mehr als 13 Prozent haben wir auch den Wirtschaftsstandort Fürth-Burgfarrnbach weiter gestärkt. Denn wir mussten auch die Anzahl unserer hoch qualifizierten Mitarbeiter weiter erhöhen." Die Anzahl der Beschäftigten stieg von 369 auf 394, derzeit stehen 25 Auszubildende unter Vertrag. Bruder Spielwaren sind in über 60 Ländern weltweit erhältlich, die Exportquote liegt etwas über 70 Prozent. „Weil die Bruder Spielwaren 'Made in Germany' weltweit gefragter sind denn je, haben wir jetzt fast ein Luxusproblem. Obwohl wir unsere Produktionsleistung in den vergangenen beiden Jahren um mehr als 25 Prozent erhöht haben, stoßen wir mit der Fertigung zeitweise ans Limit", so Paul Heinz Bruder. Deshalb wolle das Unternehmen 2014 etwa 5,5 Mio. € in Anlagenerweiterung und innerbetriebliche Maßnahmen investieren, auch weitere Spritzguss- und Werkzeugmaschinen stehen auf der Einkaufsliste.



Der geschäftsführende Gesellschafter Paul Heinz Bruder präsentiert den neuen MB Arocs Halfpipe Kipp-Lkw

Accounting for a sales increase of more than 13 percent to around 68m euros, Bruder further consolidated its venue in Fürth-Burgfarrnbach in 2013, where staff numbers also grew by 25 to a total of 394. With "Made in Germany" being more popular than ever (export quota of more than 70 percent), investments of around 5.5m euros are said to be in the pipeline for the year in course.

PLAYMAIS

Vertriebsleitung übernommen

Die Vertriebsleitung für das Premiumprodukt PlayMais bei der Loick Biowertstoff GmbH hat Dipl.-Kfm. **Benedikt Schürholz** übernommen. Er ist ein Eigengewächs aus dem Konzern der Loick AG. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre stieg er als diplomierter Kaufmann bei der Loick Gruppe ein und leitete dort zunächst den Geschäftsbereich der Erneuerbaren Energien. Schürholz unterstützt Gf. Klaus Schuppan in den Bereichen Marketing, Produktentwicklung, Leitung des Vertriebs und bei der Betreuung der Key-Accounts, um den nationalen und internationalen Erfolg von PlayMais weiter voranzutreiben.



Gf. Klaus Schuppan (li.) und Benedikt Schürholz



Silverlit



SILVERLIT: Firmeninhaber Kevin Choi fühlt sich sichtlich wohl inmitten der beiden zauberhaften Waldfeen, die anmutig die neuen „DigiBirds“, die neueste Entwicklung des innovativen Herstellers aus Hongkong, präsentierten.

IMC



IMC TOYS: Teutonen sind im Anmarsch – Vertriebsleiter Carsten Precht mit der neuen Krieger-Generation, die den Planeten Teon in der Andromeda-Galaxie mit außergewöhnlicher Energie verteidigen. Die Teutans haben bewegliche Gelenke und verschiedene Schussfunktionen.

Stadlbauer



CARRERA: Kultig und flott unterwegs: Carrera-Produktmanager Ingo Grabmeister (li.) und Geschäftsführer Andreas Stadlbauer (Mitte) mit Carrera-RC-Fahrzeugen mit Super Mario und Donkey Kong als Piloten, Käpt'n Carrera dagegen ganz klassisch mit einem „Red Bull“-Formel-1-Flitzer.

Playmobil



PLAYMOBIL: Entwicklungschef Bernhard Hane erklärt als Burgherr dem angehenden Junker das Leben in der Playmobil-Burg. Dabei kann es vorkommen, dass auch mal ein furchterregender Drache vorbei schaut, wenn es darum geht, ein Feuer zu entzünden.

Simba Dickie Group



SIMBA DICKIE GROUP: Drei Spitzenmanager betätigen sich als Ausbilder für die neue Lizenz Fireman Sam. V.li.: Dickie-Geschäftsführer Oliver Naumann, Simba-Geschäftsführer Andreas Schmidt und der COO der Firmengruppe, Uwe Weiler.



Barbie lässt mit ihrer neuen Fashion-Kollektion 2014 Fashionista-Herzen höher schlagen. Star-Stylistin Danie Bles und Fashion-Experte Guido Maria Kretschmer haben die Fashionista bei der Zusammenstellung der Show begleitet

MATTEL

Barbies neue Kollektion 2014 goes Streetstyle

Wer kennt ihn nicht, den Traum aus Kindertagen, die Barbie-Looks einmal selbst zu tragen? Gestern präsentierte die Stilikone ihre vier neuen Deluxe Fashionista Barbies im angesagten Streetstyle auf der Spielwarenmesse. Modekenner und -kritiker waren eingeladen, die Ergebnisse aus der Zusammenarbeit von Barbie, Stylistin Danie Bles und dem Fashion-Experten Guido Maria Kretschmer live zu erleben.

Guido Maria Kretschmer ließ sich bereits im Alter von 9 Jahren durch die Stilikone inspirieren. Heute nimmt er seine Muse aus Kindertagen an die Hand, um ihren Styles mit seinem modischen Know-how den letzten Schliff zu geben. Ob Lederjacken, Leo-Muster oder Nieten-Applikationen, Guido Maria Kretschmer hat für jeden den passenden Stylingtipp, er unterstützte Barbie mit seinem Fashion-Know-how bei der Suche nach den angesagtesten Key-Pieces und gab so den Anstoß für die neuen Streetstyles.

Danie Bles, die Star-Stylistin, ist besonders bekannt für ihre sagenhaften „Mix & Match"-Outfits, denn ihre unverwechselbaren Looks stehen für außergewöhnliche Kombinationen. Inspiriert von den vier Deluxe-Fashionista-Puppen kreierte sie die „Barbie Fashion for Real Dolls" und schickte 16 Look-Interpretationen auf den Catwalk, die die Herzen einer jeden Fashionista höher schlagen lassen.

SPIELZEUG international

Besuchen Sie uns auf unserem Messestand!
Hier erhalten Sie **kostenlos** unsere drei
messetrends - Ausgaben.



Foyer Halle 12.0



Hasbro



HASBRO: Wie man zum eigenen Monopoly, dem Kultspiel ganzer Generationen, kommt, zeigte Hasbro auf der Neuheitenschau anhand eines überdimensionalen Brettspiels: Klicken, Kleben, Spielen, so lautet das Rezept und ab geht es auf die eigenen Straßen und Plätze.

Nickelodeon



NICKELODEON: Bevor im März 2014 der Kampf gegen Shredder mit neuen Episoden weitergeht, zeigten gestern die verrückten Ninja-Brüder Leonardo, Donatello, Raphael und Michelangelo zusammen mit Bettina Arff (li.) und Nicole Robbers die neuesten Lizenzprodukte.

Schleich



SCHLEICH: Das lebensgroße Pferd samt Reiterin zogen die Kinder magisch an – der geschäftsführende Gesellschafter Dr. Thomas van Kaldenkerken ist stolz auf den naturgetreu gestalteten Pferdehof mit Paddocks, Pferden und Details wie Strohballen, Äpfel und Karotten.

Vivid



VIVID: Diese 45 cm große „Cayla" ist die erste Puppe mit „Google-text-to-speech". Laut ihrem Erfinder und Anja Schuh kann sie in mehreren Sprachen antworten – via Bluetooth geht sie ins Internet und kann per App wunderschöne Geschichten erzählen oder Dame etc. spielen.

Jazwares



JAZWARES: Sebastian Budich, Gf. der Jazwares GmbH, erhält eine tolle Handelsresonanz auf die „Minecraft"-Palette zur erfolgreichen Videospiel-Serie, der interaktive Roboterfreund MiP von WowWee kann balancieren oder tanzen – die Features sorgten für die Nominierung zum ToyAward 2014.

Q&A

Interview from
SPIELZEUG*international* (Si) with

Edward Catchpole –
SVP, HIT Entertainment

Michael Sieber –
CEO, Simba Dickie Group



Fireman Sam blasts in to Europe: (L to R) Edward Catchpole and Michael Sieber

Si: What does this partnership mean for your business?

Catchpole: Our partnership with Simba-Dickie is indicative of the enduring appeal and appetite for our quality portfolio of pre-school brands. This will deliver major growth for Fireman Sam beyond English language countries and marks the start of a significant strategic partnership that will enable HIT and Mattel to grow brands beyond our own vertical businesses.

Sieber: Fireman Sam strengthens our portfolio of character licenses and furthers our strategy in the children's marketplace. It is a proven brand with strong consumer appeal and success.

Si: What sort of synergies will benefit both companies?

Sieber: When we think of HIT we see great opportunities because the company is clearly a leading force in developing great television. By contrast, Simba-Dickie is one of Europe´s top five toy manufacturers in the toy market today. These strengths complement each other very well and allow each company to play to its own strengths.

Catchpole: With proven investment in product and marketing and a strong collaborative approach to product development, Simba is a great partner.

Si: The preschool market has always been competitive, but what is it that makes it so attractive to licensees and licensors?

Catchpole: With pre-school forming around a quarter of the total toy market in most territories it is the single biggest toy category, and with licensed products holding the lion share of the pre-school category the rewards can be extremely lucrative. Targeting the youngest demographic also means that the consumer base is constantly being refreshed and new fans will continue to connect with the property on a regular basis.

Si: What strategic measures are in place for the coming months?

Sieber: With this long-term partnership we anticipate great opportunity for the Group, leveraging both the Simba and Dickie business. We have broad category competencies across the organisation and deep European distribution – this breadth of expertise across product categories and territories will offer wider reach for Fireman Sam.

Si: What makes a successful pre-school license in 2014?

Catchpole: The market is becoming increasingly competitive and brands need to work even harder to maintain their presence at retail. At HIT, we remain focused on telling great stories and creating endearing characters that children want to engage with.

We continue to work with best-in-class partners around the world to grow our brands and provide consumers with high quality, engaging experiences across television, home entertainment, digital media, publishing, consumer products, live events and at retail.



rolly toys
made in Germany
...hat das Zeug zum Spielen
Halle 7, Stand E-19 / F-02
Hall 7, Booth E-19 / F-02
new
rollyKiddy
FUTURA & CLASSIC
Franz Schneider GmbH & Co. KG
D 96465 Neustadt bei Coburg
www.rollytoys.com

CLASSIC INTERNATIONAL

Für kleine Hände

Der Kinderspielzeughersteller Classic International legt besonderen Wert auf umweltfreundliche Materialien, beste Qualität, innovative Konzepte und handwerkliches Geschick.

Die modernen Fabrikationsanlagen in Ningbo unweit des Flughafens sorgen für eine zuverlässige Abwicklung. Beim Design von Neuheiten stehen Sicherheit, Spielspaß für die Kleinsten sowie die Förderung ihrer Fähigkeiten und die Zusammenarbeit mit Eltern und Pädagogen im Mittelpunkt. Die Sets wie eine Trommel mit bunten Holzbausteinen sind mehrsprachig beschriftet.

Man verfügt über einen guten und treuen Kundenkreis, in Nürnberg werden weitere attraktive Neuheiten vorgestellt.



Classic International with modern facilities is capable of large scale production but with the touch of small, workshop style handiwork – all unique and crafted toys are enjoyable for your children and above all, safe.

GOLIATH

Der Hype geht weiter

Damit Robo Fish auch 2014 ein Topseller bleibt, hat sich Goliath einiges einfallen lassen. Um blinkende Fische zu sehen, muss man normalerweise auf den Grund des Südpazifiks durch alte Schiffswracks tauchen. Für alle, die auf ihren nächsten Tiefseeurlaub noch ein wenig warten müssen, gibt es ab März sechs neue Roboterfische mit eingebauten LEDs.

Goliath unterstützt die Roboterfische auch 2014 wieder mit TV-Werbung, Marketing- und PR-Aktionen.

For 2014, Goliath once again announce six new designs for "Robo Fish". As soon as the fish start to swim, a blinking LED light is activated that shines in the rhythm of the tail fin's movement.





messetrends Nr.2 erscheint am 30. Januar 2014 und ist kostenlos am Stand von SPIELZEUG international erhältlich.

Foyer Halle 12.0

JETZT ERHÄLTLICH!

Tamagotchi friends™

Das Phänomen ist zurück!



Freunde treffen, Gegenstände tauschen und Texte verschicken mit der BRANDNEUEN BUMP-FUNKTION!













Viele neue Designs!



Über 80 Mio Mal verkauft!

Die brandneue Website:
www.tamagotchifriends.com



Games!



Spielen!



Nachrichten!

Neue Charaktere!



Pflegen!



Bump!

Reichweitenstarke Marketingkampagne:
TV, Online, PR, Print und POS

BANDAI
Bandai GmbH
Carl-Benz-Str. 21, 60386 Frankfurt/Main
Tel. 069-244 49 400, Email: info@bandai.de

TM and © 2014 Bandai. ©BANDAI, WiZ ©B,W/T, T.

EASTCOLIGHT
[HONG KONG] LIMITED
Hall 6 Booth A22–B23
No. 9824
Digital
Door Alarm Tracker
No. 9822
5-in-1 Mission
Spy Watch
No. 9827
Movement Detector
No. 9825
Compact Lie Detector
No. 9826
Secret Sound Recorder
No. 9823
8-in-1
Mission Kit
No. 9830
Spy Listener
No. 9829
3-in-1 Spy Pen
No. 9828
Action Detector
MASTER SPY
www.eastcolight.com
E-MAIL: info@eastcolight.com
© 2014 EASTCOLIGHT (H.K.) LTD.
ALL RIGHTS RESERVED.



HUDORA

Bequem, belastbar und viel Platz

Die Hudora-Nestschaukeln sind die bequeme Alternative zur klassischen Brettschaukel. Sie bieten einem oder mehreren Kindern genug Platz, um sich beim Lesen oder Spielen gemütlich schaukeln zu lassen.

Anders als bei Nestschaukeln mit Sitznetz, sind die Sitzflächen der Hudora-Nestschaukeln geschlossen und daher besonders angenehm und komfortabel. Sie lassen sich problemlos montieren und in der Höhe verstellen. Die GS-geprüften Premium-Produkten sind aus wetterbeständigen Materialien und somit für den Indoor- und den Outdoor-Einsatz geeignet. Beispielsweise im Garten in Kombination mit dem Hudora-Spielplatz.

The weatherproof materials make the height-adjustable nest swings from Hudora sturdy and lasting. The seats are closed and therefore particularly comfortable.

RAZOR

Elektrisches „Crazy Cart“

Der innovative Anbieter für Outdoor-Spaß und Erfinder des legendären „Kick Scooters“ ermöglicht Dahingleiten und rasantes Fahren in alle Richtungen: Das „Crazy Cart“ mit pneumatischen Vorderreifen sowie Rollen verfügt über zwei Modi. Der Erfinder Ali Kermani ist auf der Spielwarenmesse – neun Jahre arbeitete er mit seinem Entwicklerteam, bis 2013 das „Crazy Cart“ in Nordamerika und Australien mit gigantischem Erfolg (Nominierung TOTY Award, Youtube und große Medienresonanz) auf den Markt kam.

Mit bisher über 30 Mio. verkauften Kick- sowie 10 Mio. Elektro-Scootern weltweit ist Razor USA LLC ein Innovationsgeber und Trendsetter der Branche. Laut Carlton Calvon, Gründer und President, verkörpert das Gefährt für Fans ab 9 Jahren die herausragende Anziehungskraft des Gokart- und Scooter-Hypes: Drehen um 360° auf kleinstem Raum und über 40 Minuten lang cooles Fahren mit bis zu 19 km/h. Die Promotion in den sozialen Netzwerken der EU plant Razor für Anfang 2014, die Innovation soll in Deutschland ab April verfügbar sein.

The innovators of outdoor fun and home of the iconic Razor kick scooter will offer a new electric go-cart to drifting fans: “Crazy Cart“, one of the hottest new products of 2013, will be available in Germany by mid summer 2014. Razor products are available worldwide, with a full range of wheeled goods to inspire and excite riders everywhere.



invizimals™

IMC Toys

VISIT US!
Hall 12.2
Stand P-28

JOIN THE HUNT

Produced by

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT

1st TOY RANGE WITH AUGMENTED REALITY

1st TV SERIES with AUGMENTED REALITY!

They jump out of the TV!

GLOBAL MEDIA PLAN

TV CAMPAIGNS FOR ALL YEAR LONG

APP, WEB, PRESS, POS MATERIAL and MUCH MORE!

Invizimals™ ©2009-2014 Sony Computer Entertainment Europe. Published by Sony Computer Entertainment Europe. Developed by Novarama Technology S.L." Invizimals" is a trademark or a registered trademark of Sony Computer Entertainment Europe. All rights reserved.



STADLBAUER

Carrera RC mit vielen Lizenzen



Innovative Technologie, höchste Qualität, Top Speed und sensationelles Design unter dem Motto „Wir können nur schnell"

Auch 2014 beeindruckt Stadlbauer wieder mit grandiosen Neuheiten im Bereich seiner funkferngesteuerten Produktreihe „Carrera RC" und sorgt für Spaß sowie Action auf der Piste, auf dem Wasser und in der Luft. Stark sind die „Red Bull"-Buggys mit ihrer atemberaubenden Optik, der „Porsche 911" mit bis zu 20 km/h und die „Truggys", eine Mischung aus wuchtigem Truck und sportlichem Buggy. Alle Modelle sind „Ready to Run" und mit Li-Ionen-Hochleistungsakkus ausgestattet, die eine lange Lauf- und kurze Ladezeit garantieren. Zudem sind alle Fahrzeuge mit einer „Auto Off"-Funktion ausgerüstet, die eine automatische Abschaltung des Controllers nach ca. 30 Minuten Stillstand veranlasst.

Fahrspaß der Superlative

Neben ihrem außergewöhnlichen Karosserie-Design machen die „Carrera RC"-Modelle mit zahlreichen Lizenz-Themen wie „Red Bull NX1" oder dem Videospiel-Klempner „Mario" samt Freunden „Yoshi",



„Donkey Kong" und „Bowser" auf sich aufmerksam. Der „Turnator" mit riesigen, entgegengesetzten Rädern kann sich mit Full Speed auf der Stelle im Kreis drehen und spektakuläre Flip-Action-Stunts vollführen.



Die eigens von Carrera RC entwickelte „2,4 GHz Servo Tronic"-Technologie ermöglicht mehrstufige Lenk- und Fahrfunktionen der Offroader, Buggys und Lizenz-Fahrzeuge. Auch der 27-MHz-Einsteigerbereich hält extravagante Fahrzeuge wie „Red Bull RC1" bereit.

Helikopter und Boote

Modernste Hochleistungsakkus garantieren Einsteiger-Piloten in luftiger Höhe perfekten Flugspaß – z.B. mit dem großen, stylischen „Blue Hawk", dem Höhenflieger „Black Stinger" mit schicker schwarz-rot-gelber Kanzel und stabilem Alu-Rumpf oder dem „Micro Heli" mit nur 8,5 cm Rotordurchmesser. Alle RTF-Helis können mit USB-Kabel innerhalb kurzer Zeit durch Netzteil, PC-USB-Port oder Controller aufgeladen werden und garantieren sensationelle Flugaction.

Mit der „2,4 GHz digital proportional"-Technologie sind zwei neue Modelle für den Wassereinsatz bereit: Dank 360°-Steuerung ist das 58 cm lange, bis zu 35 km/h schnelle Boot „Ferrari Arno XI" stufenlos steuerbar. Das ca. 60 cm lange „Küstenwachboot Falshöft" mit Twin-Power-Motor fegt mit bis zu 20 km/h über das Wasser – erst nach 20 aufregenden Minuten muss es für kurze 80 Minuten zurück an die Ladestation.

The "Carrera RC" cars, helicopters and boats offer innovative technology, highest quality, top speed and sensational design. In 2014, thrilling licensing themes will once again be in the pipeline. All models are ready for use and come with Li ion high-performance batteries that guarantee long life and short charging times.

Jetzt NEU: Die komplette Pferdewelt von Schleich!

Mehr Spielspaß durch spannendes Zubehör:
handbemalt und detailgetreu in bester Schleich Qualität.



Halle 6
B-20/C-21

Anywhere's a **Playground**™

Schleich®

Tronico®
SPIEL + TECHNIK



Der kleinste Metallbaukasten der Welt!
Scale: 1:64
Fendt 800 Vario



jetzt sogar mit Fernsteuerung!



HALLE 12.0 C-08

RCEE GMBH
Haferwende 8
28357 Bremen
www.tronico.de



UNIVERSAL TRENDS

Kleine Impulsartikel mit großen Lizenzen

Im Handel sind es nicht selten die kleinen Sachen, die besonders viel Freude machen: Richtig platziert überzeugen sie mit schnellen Umschlagszeiten und zufriedenstellenden Margen. Seit Jahren bringt Universal Trends immer wieder spannenden Produktideen und populären Lizenzthemen heraus. Für 2014 fasst das Unternehmen jetzt dieses Sortiment unter dem Oberbegriff „Trendline" zusammen und setzt mit neuen Artikeln und Lizenzthemen zusätzlich Impulse.

Ein besonderes Highlight sind Kugeln in denen kleine Überraschungen aus den Top-Lizenzen „Cars" und „Planes" oder „Star Wars" stecken. Angeboten werden die Mystery Eggs gut sortiert in attraktiven Thekendisplays. Eine gelungene Abverkaufshilfe hat Universal Trends auch mit seinem „Seitenbehang-Display". Besonders platzsparend und verkaufsfördernd werden dort u. a. „Spider Man"- und „Turtles"-Creepeez präsentiert. Vor diesen kleinen Kerlen, die überall haften und dann mit ihren sechs dünnen Beinen langsam nach unten krabbeln, ist in Zukunft keine Fensterscheibe mehr sicher.

Platz auf dem neuen Seitenbehang-Display ist auch für die lustigen „Turtles Hopping Heads". Vier unterschiedliche Charaktere, die hüpfen, was das Zeug hält: Drückt man sie zusammen und lässt sie dann schnell wieder „frei", springt jeder der kleinen Kerle zehn Mal höher als er selbst groß ist – knapp 1,5 m je Sprung kommen da schon mal zusammen. Universal Trends plant, die „Trendline" in dreimonatlichen Intervallen mit lustigen und schnelldrehenden Artikeln zu aktualisieren.

Universal Trends boasts small impulse items with major licenses. The "Trendline" includes surprise baubles to go with "Cars", "Planes" or the mysterious "Star Wars" heroes. There are also space-saving displays matching ranges like "Spider-Man" and "Turtles' Creepeez".







Der hohe Bekanntheitsgrad der Lizenzen und die originellen Produktideen machen die Artikel in der neuen „Trendline" von Universal Trends zu Schnelldrehern

© 2012 NAMCO BANDAI Games Inc.

PAC-MAN™ and the Ghostly Adventures



PAC IS BACK!

VISIT US AT HALL 12.0, BOOTH E-01.

BESUCHEN SIE UNS IN HALLE 12.0, STAND E-01.

BANDAI NAMCO Games

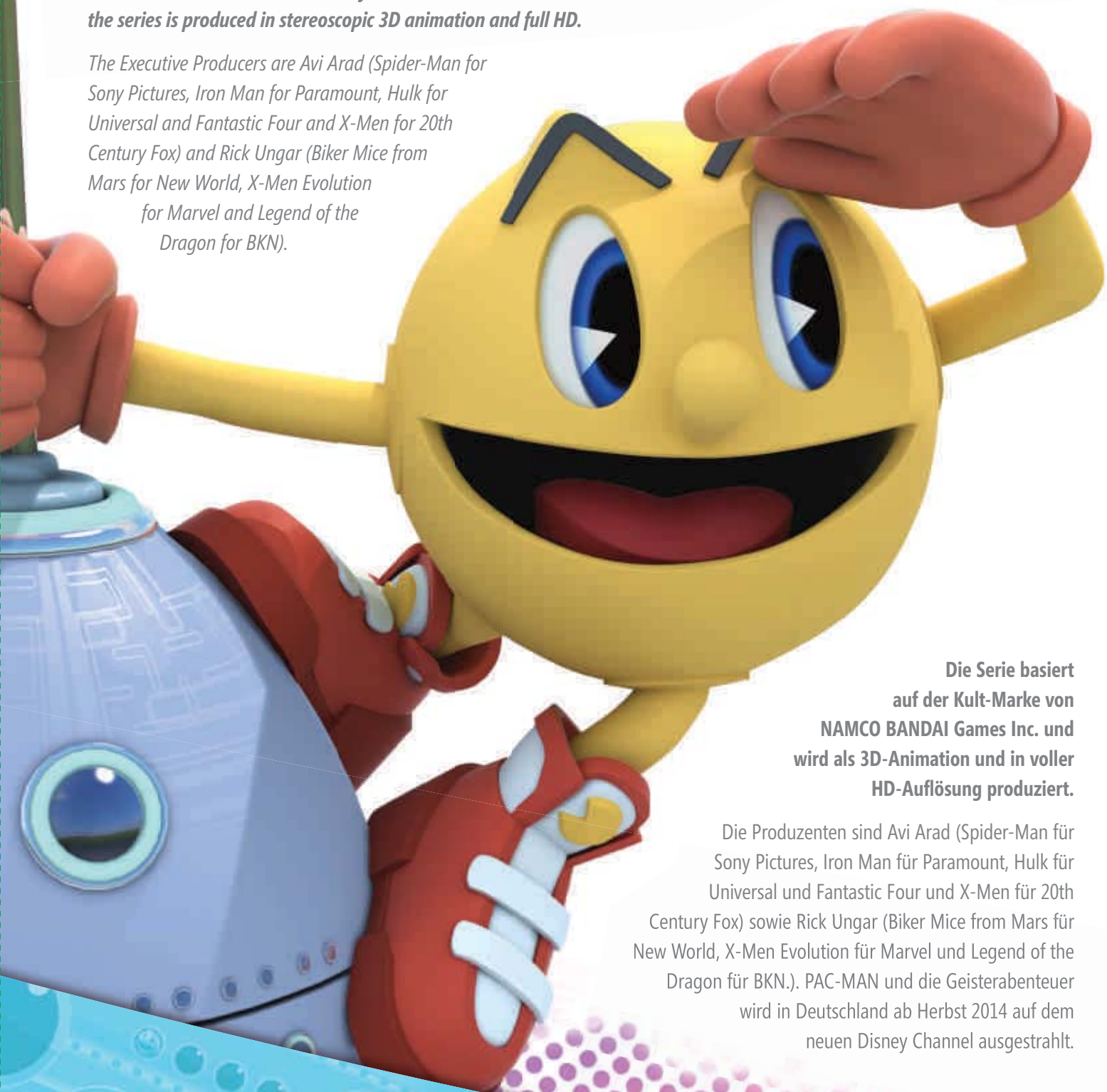
BANDAI

PAC-MAN and the Ghostly Adventures™

"THE MOST RECOGNIZABLE VIDEOGAME CHARACTER!"
"DER BEKANNTESTE VIDEOSPIELCHARAKTER!"
GUINNESS WORLD RECORDS

Based on the iconic brand owned by NAMCO BANDAI Games Inc., the series is produced in stereoscopic 3D animation and full HD.

The Executive Producers are Avi Arad (Spider-Man for Sony Pictures, Iron Man for Paramount, Hulk for Universal and Fantastic Four and X-Men for 20th Century Fox) and Rick Ungar (Biker Mice from Mars for New World, X-Men Evolution for Marvel and Legend of the Dragon for BKN).



Die Serie basiert auf der Kult-Marke von NAMCO BANDAI Games Inc. und wird als 3D-Animation und in voller HD-Auflösung produziert.

Die Produzenten sind Avi Arad (Spider-Man für Sony Pictures, Iron Man für Paramount, Hulk für Universal und Fantastic Four und X-Men für 20th Century Fox) sowie Rick Ungar (Biker Mice from Mars für New World, X-Men Evolution für Marvel und Legend of the Dragon für BKN.). PAC-MAN und die Geisterabenteuer wird in Deutschland ab Herbst 2014 auf dem neuen Disney Channel ausgestrahlt.

"THE MOST SUCCESSFUL COIN-OPERATED GAME!"
"DAS ERFOLGREICHSTE ARCADE AUTOMATEN SPIEL!"
GUINNESS WORLD RECORDS





Pineapple Tank
Art. Nr. 38947



PAC-Panic Spinners
Art. Nr. 38900





Ghost Grabbin PAC
Art. Nr. 38930

PAC IS BACK
FOR A WHOLE NEW GENERATION OF FANS!

PAC-MAN and the Ghostly Adventures is supported by a comprehensive product portfolio of toys by BANDAI and video games by NAMCO BANDAI GAMES, suitable for all popular platforms.

PAC-MAN und die Geisterabenteuer wird durch ein umfangreiches Produkt-Portfolio an Spielwaren von BANDAI und Videospielen für alle gängigen Plattformen von NAMCO BANDAI GAMES unterstützt.

With BANDAI'S wide product range, boys and girls aged 3-8 can reenact the fun adventures of PAC and his friends. Go on a ghost hunt with products from the categories figures, vehicles, Spinner and plush.

Mit dem breiten Sortiment brandneuer Spielwaren von BANDAI können Jungen und Mädchen zwischen 3-8 Jahren die lustigen Abenteuer von PAC und seinen Freunden nachspielen. Auf Geisterjagd geht es mit Produkten aus den Kategorien Figuren, Fahrzeuge, Spinner und Plüsch.

PAC-MAN and the Ghostly Adventures game has an original story that is inspired by the show as well as all the charming characters from the highly anticipated PAC-MAN and the Ghostly Adventures animated series created and produced by Avi Arad, acclaimed director and founder of Marvel Studios.

Das PAC-MAN und die Geisterabenteuer Spiel hat eine komplett neue Geschichte mit den Charakteren aus der mit Spannung erwarteten PAC-MAN und die Geisterabenteuer Serie geschaffen von Avi Arad, dem gefeierten Regisseur und Gründer der Marvel Studios.



Release: Fall/Herbst 2014 (D/AT/CH) for 3DS, XBOX 360, PC, Wii & PS3



Visit us in hall 12.0, booth E-01. We are looking forward to seeing you there.
Besuchen Sie uns in Halle 12.0, Stand E-01. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

BANDAI NAMCO Games

BANDAI

POWER UP
YOUR LICENSING!

The rights for „PAC-MAN and the Ghostly Adventures" for Germany, Austria and Switzerland are handled exclusively by glam, Munich under exclusive license from 41 Entertainment.

PAC-MAN is a cult brand with high recognition. Based on the new 3D TV-series this strong license will appeal to an attractive target group and generate new potential sales volume.



PAC IS BACK!
AUCH IM LICENSING!

Die Rechte von „PAC-MAN und die Geisterabenteuer" werden in Deutschland, Österreich und der Schweiz von glam, München als Exklusivlizenz von 41 Entertainment betreut.

PAC-MAN ist eine Kultmarke mit hohem Wiedererkennungswert. Basierend auf der neuen 3D-TV Serie wird diese starke Lizenz eine attraktive Zielgruppe erschließen und neue Umsatzpotenziale generieren.

- *Target Group: Kids from 5-10 years.*
- *TV Exposure: Strong co-operation with Disney XD and Disney Free TV.*
- *Licensed Territories: Germany, Austria and Switzerland. Additional territories upon request.*
- *Promotions: From January 2014 for 6-8 weeks Burger King "Kids Meal".*
- *Brand Awareness: Cult brand with 94% awareness.*
- *Licensed Products worldwide: To date more than 80 licensees worldwide with more than 1,250 licensed products approved.*
- *Key License Partners in Germany: Giromax Int. (Trading card games/Collectables), Namco Bandai Games (Mobile, Video and Arcade Games), Bandai (Master Toy) and K'NEX (Construction Figures, Platform Sets) are already on-board. Further product groups currently in negotiation.*

- Zielgruppe: Kinder von 5-10 Jahren.
- TV-Ausstrahlung: Starke TV-Kooperation mit Disney XD und Disney Free TV.
- Lizenzgebiete: Deutschland, Österreich und Schweiz. Weitere Länder auf Anfrage.
- Promotion: Januar 2014 für 6-8 Wochen weltweit im Burger King „Kids Meal".
- Bekanntheitsgrad: Kultmarke mit 94% Bekanntheitsgrad.
- Lizenzprodukte international: Bis heute über 80 Lizenzpartner weltweit mit über 1.250 Lizenzprodukten im Markt.
- Key License Partner in Deutschland: wie Giromax Int. (Trading card games/Collectables), Namco Bandai Games (Mobile, Video and Arcade Games), Bandai (Master Toy) und K'NEX (Construction Figures, Platform Sets) sind bereits an Bord. Weitere Produktgruppen gerade in Verhandlung.

GIROMAX

Examples Licensing Products: Collector's album, Stickers & Trading Cards

Beispiel Lizenzprodukte: Sammelalbum, Stickers & Trading Cards



BOTI

Examples Licensing Products: Figure Packs, Construction Platform Sets

Beispiel Lizenzprodukte: Figuren-Sets, Construction Platform Sets



Contact: g.l.a.m. GmbH & Co. KG • Kristin Ehring • Tel.: +49 89 20 000 97 20 • Mobile: +49 176 100 84 85 2 • kristin.ehring@g-l-a-m.com



ROLLY TOYS

Deutz-Traktoren

Der „Deutz-Fahr 5120“ mit zu öffnender Haube ergänzt als weiterer Traktortyp das Farmtrac-Sortiment und rundet die Palette der Deutz-Traktoren für jede Altersstufe, vom Minitrac bis zum Farmtrac Premium, bei Rolly Toys ab: Basisversion sowie Varianten mit rollyTrac Lader oder mit rollyTrac Lader plus Luftbereifung. An den Kindertrettraktor kann das komplette Funktionszubehör-Sortiment ebenso angebaut oder angehängt werden wie die vielen Anhänger von Rolly Toys. Bei Auslieferung im 2. Quartal wird er wie alle anderen Traktoren TÜV/GS zertifiziert sein, dazu mit Pro-Stabil-Garantie von drei Jahren.

Auf vielfachen Wunsch wurde zudem der Deutz-Minitrac wieder aufgelegt – der „Deutz-Fahr Agrokid 230“ für Kinder ab 1 ½ Jahren hat eine Ablagefläche unter der Motorhaube, die zu öffnen ist. Der Rutscher ist im Originalfarbton Deutz- Grün eingefärbt und hat silberne Felgen. Er ist mit der stabilen Achsschenkellenkung ausgerüstet und fährt auf Flüsterreifen.

In their Minitrac series, Rolly Toys introduce a ride-on toy with a large storage area underneath the opening bonnet. The “Deutz Fahr-Agrokid 230” with whisper tyres possesses an ergonomic seat for the youngest drivers from 18 months on.

IMC TOYS

Baby-Kuscheltier BluBlu

Der knuddelige Plüsch-Delfin von IMC Toys ist interaktiv: Wenn Kinder ab 3 Jahren „BluBlu“ die Stirn streicheln, entspannt er sich und schläft nach einigen Sekunden ein. Bekommt er den Schnuller, wird er ganz schnell müde und macht ein Nickerchen. Hat er Hunger, darf man ihn mit seinem Fisch füttern. Als kleines Delfin-Baby zeigt er, wenn er Aufmerksamkeit braucht und öffnet den Mund. Der wirklich zuckersüße „BluBlu“ ist ein Kuscheltier zum Liebhaben und wird im Oktober 2014 auf Super RTL und Nickelodeon durch TV-Spots beworben.



“BluBlu“ the Baby Dolphin does the same as real dolphins and he loves it when he is caressed. He is really affectionate, will relax and fall sleep.



Spaß pur!



Spielwarenmesse Nürnberg
29.01. - 03.02.2014
Halle 7 Stand A-01/A-02

HUDORA®
www.hudora.de

NIKKO

RC-Transformers



Transformers Autobot Optimus Prime transformiert vom Truck zum Roboter

Am 17. Juli kommt der 4. Film „Transformers – The Age of Extinction" in die Kinos. Zum Start des Blockbusters präsentiert Happy People, Bremen, in enger Zusammenarbeit mit Hasbro und Nikko fünf RC-Transformers.

Die beiden Straßenfahrzeuge im Maßstab 1:16 verfügen über volle Lenk- und Fahrfunktionen, eine stoßgesicherte Karosserie und LED-Beleuchtung. Über die Triband-Funktion wird das gleichzeitige Fahren von drei Fahrzeugen ermöglicht.

Der fast 21 cm lange mit LED-Beleuchtung bestückte Transformers Helicopter überzeugt durch ein eingebautes Gyroskop und ein damit hervorragendes und stabiles Flugverhalten.

Die beiden Flaggschiffe des kompakten Programms sind ohne Zweifel die Autobots Bumblebee und Optimus Prime. Sie stellen mit ihrer ausgefeilten Technik eines der innovativsten Produktkonzepte des Jahres dar. Diese beiden Transformers werden im Mittelpunkt der für das 4. Quartal geplanten Fernsehwerbung stehen.

Nikko launch an innovative range of RC products by offering as many as five new additions to the "Transformers Radio Control" range: The autobots "Bumblebee" and "Optimus Prime" come in a 1:16 scale and can be transformed into a robot in one swift movement.

SPIELZEUG international

Besuchen Sie uns auf unserem Messestand!
Hier erhalten Sie **kostenlos** unsere drei messetrends-Ausgaben.

Foyer Halle 12.0



TOMY

Bauernhof-Spaß

Das John-Deere-Sortiment ist für kleine Kinder perfekt für das Bauernhof-Spielen geeignet. Diese Kunststoffspielzeuge in Miniaturausgabe haben aufgrund ihrer Gummioberfläche eine angenehme Haptik und eine Vielzahl an Funktionen.

2014 bringt Tomy u.a. den „Johnny mit Viehanhänger und Heuballen" sowie drei „Johnny & seine Freunde Abenteuer Spielsets" in den Handel. Aufbauend auf dem Erfolg des Sandkastenspielzeug-Bestsellers 2013, kommt nun der „Big Scoop Bagger" in das Sortiment. Der „Monster Treads Traktor mit Sound und Rüttelfunktion", ein Geländefahrzeug mit für die Monster Treads typischen großen, springkräftigen Reifen, ist ideal für Off-Road-Abenteuer.

The "John Deere" range of Tomy is perfect for engaging the pre-school audience in farm play. Aimed at the toddler's toy market, this collection of non-scale, tactile soft-touch plastic toys come packed with many features such as lights, sounds or special rubber finish.











REVELL

Top-Highlight „Nano Quad"

Laut Eurotoys Handelspanel konnte die Revell-RC-Marke 2013 ihre zentrale Position im Markt mit einem Abverkaufsplus von rund 40 Prozent gegenüber dem Vorjahr weiter ausbauen. Mit einem attraktiven Neuheiten-Sortiment punktet Revell Control auch 2014 bei allen RC-Fans. Der superagile „Nano Quad" mit einer Länge und Breite von nur je 45 mm sowie einer Höhe von 10 mm ist nicht viel größer als ein Zwei-Euro-Stück. Das von vier kräftigen Elektromotoren angetriebene nur 11,5 g leichte Mini-Powerpaket reagiert blitzschnell auf alle Steuerbefehle.



Weitere Neuheiten im XS-Bereich sind die Minitrucks und Miniboote sowie die Two Side Stunt Cars, die auch alle bereits im Februar im Handel eintreffen werden. Mit ihrer sehr ansprechenden Optik und ihrem gut kontrollierbaren Fahrverhalten dürften vor allem die Stunt-Cars und Minitrucks bei den jungen Einsteigern ab 8 Jahren für Begeisterung sorgen. Die RC-Miniboote sind sogar so wendig, dass sie nicht nur hervorragend für den Teich und Pool geeignet sind, sondern selbst in der Badewanne ziemlich viel Fahrspaß bieten.

Weiter ausgebaut wird im Frühjahr 2014 das Helikopter-Sortiment. Sehr extravagant wirkt der durchsichtige Body des Infrarot-Helis Turaco. Ein echter Hingucker ist auch der X-Razor-Next. Abgerundet wird das Frühjahrsprogramm mit dem 2,4-GHz-Quadrocopter „Quadro Shuttle".

In 2013, "Revell Control" proved to be the biggest success in the RC toys range accounting for a sales increase of 40 per cent. This year, the extremely agile "Nano Quad" quadro-copter has joined the range, which measures only 45mm, offers GHz remote control electronics and has four powerful electric motors.





RAVENSBURGER

Ravensburger revolutioniert das Brettspiel

In Verbindung mit einem Smartphone und der speziellen App beobachtet „smartPLAY“ das Geschehen auf dem Spielbrett und reagiert intelligent auf die einzelnen Aktionen der Spieler

Die enge Verknüpfung von Brettspiel und Smartphone wird durch die speziell für Ravensburger entwickelte Bilderkennungssoftware „Visual Recognition“ erreicht. „Die darauf aufbauende App läuft auf allen gängigen Smartphones mit iOS sowie Android und eröffnet vollkommen neue Möglichkeiten für die Entwicklung innovativer Spiele“, so Gf. Michael Tiesler: „smartPLAY schafft eine sehr reale und lebendige Atmosphäre. Die Spieler haben z.B. das Gefühl, als Quiz-Teilnehmer direkt in einem Fernsehstudio oder als Ritter auf dem Turnierplatz zu stehen und sich mit anderen zu messen.“

Im September 2014 erscheinen die ersten drei „smartPLAY“-Spiele für Kinder ab 8 Jahren als Starter-Sets inklusive Halterung oder ohne Halterung: von Inka und Markus Brand das interaktive Familien-Quiz „YES or kNOw“ und das kooperative Familienspiel „Das magische Museum“ sowie von Rainer Knizia das Abenteuerspiel „King Arthur“.

Interaktiver Spielleiter

Zu Beginn eines jeden Spiels erklärt die App optional Schritt für Schritt die Spielregeln – den Schwierigkeitsgrad kann man individuell an die Spieler anpassen. So bekommen beispielsweise beim Quiz Kinder andere Fragen gestellt als Erwachsene. Dann wird das Smartphone über das Spielbrett in eine spezielle „smartPLAY“-Halterung eingelegt. Von dort aus erkennt die Smartphone-Kamera alle Situationen und Aktionen im Spiel – die Position von Spielfiguren, Würfelergebnissen, Karten und Spielplättchen oder wo Finger auf Bedienfelder tippen. Auf all das reagiert die App im Smartphone mit Sprache, Geräuschen und Musik – und sorgt so für eine lebendige Atmosphäre. Die Spieler tauchen damit noch tiefer in die Welt des Spiels ein und haben das Gefühl, selbst Teil des Geschehens zu sein.

Ravensburger revolutionizes the Board Game – in combination with a smartphone and a special App, smartPLAY is able to observe what is happening on the board and react intelligently to the individual actions of the player. Additionally, the new game is able to create a lively atmosphere through speech, sound and music.



XTREM

„Fuleco“-Maskottchen

Das offizielle Maskottchen zur Fußball-Weltmeisterschaft gibt es u. a. als Plüschfigur, Schlüsselanhänger, Fensterdeko sowie als Kissen oder Hausschuhe – Auch als 1 m großes Exemplar zur Shop-Dekoration



Als deutscher Vertriebspartner des Lizenznehmers Kayford Holdings bringt die Xtrem Toys & Sports GmbH in Deutschland, der Schweiz und in Österreich eine Vielzahl offizieller Maskottchen zur bevorstehenden Fußball-Weltmeisterschaft ab März 2014 auf den Markt, ein Thema, um das im ersten Halbjahr 2014 niemand herumkommt!

Hergestellt aus Baby-Boa-Plüsch und in verschiedenen Körperhaltungen gibt es diese brasilianischen Gürteltieren nachempfundenen Maskottchen in verschiedenen Größen, von liebevoll detailliert gestalteten Miniaturen von 13 cm Größe als Schlüsselanhänger oder Fenster-Deko mittels Saugnapf über 17 cm, 22 und 25 cm bis hin zu 1 m großen Exemplaren für unübersehbare Shop-Dekorationen. Aber auch Kissen oder Kinder-Hausschuhe im Fuleco-Design, Pappbecher, -Teller und Servietten im offiziellen WM-Dekor stehen für die Fußball-Party zur Verfügung.

The Brazilian mascot “Fuleco“ is made from baby-boa plush and comes in various postures and varieties. Xtrem Toys & Sports is the German distribution partner of the licensee, Kayford Holdings.



DISNEY

Rapunzel machte das Rennen!



Die Lieblingsprinzessin 2013 wurde gekürt – Von März bis Dezember 2013 konnten alle kleinen und großen Disney Prinzessinnen-Fans in einem spannenden Voting ihre Lieblingsprinzessin wählen

Die elf zauberhaften Prinzessinnen lieferten sich zehn Monate lang ein Kopf-an-Kopf-Rennen, da auf der Webseite www.disney.de/lieblingsprinzessin jeden Monat eine andere Prinzessin im Vordergrund stand und näher vorgestellt wurde. Die Teilnehmer konnten immer wieder für ihre unangefochtene Lieblingsprinzessin stimmen oder jeden Monat einer anderen Heldin ihre Verehrung aussprechen. So kamen bis Ende 2013 über 25.000 Stimmen zusammen, die zum Jahresende uneinholbar Rapunzel auf Platz 1 gewählt haben, dicht gefolgt von Arielle auf Platz 2 und Cinderella auf Platz 3.

Die erfolgreiche Aktion wird im neuen Jahr weitergeführt: neben einer umfangreichen Gewinner-Kampagne im Print, TV und Online, können die User ab Februar 2014 nun auch in die Welten der Prinzessinnen eintauchen. Mit der Aktion „Komm in meine Welt" wird es möglich sein, die verschiedenen Welten von Rapunzel, Arielle, Belle & Co. zu entdecken. Zudem gibt es ab März 2014 auch zauberhafte neue Produkte im Handel. Besonders detailreich präsentieren sich das „Lego Disney Princess Cinderellas Prinzessinnenschloss", „Arielles magischer Kuss" und „Rapunzels Turm der Kreativität", mit dem alle Mädchen auch zu Hause die Geschichten der Prinzessinnen nachbauen und -spielen können.

From March to December 2013, all little Disney princess fans were asked to vote for their favourite princess in an exciting competition. The winner was Rapunzel, followed by Arielle and Cinderella.

© 2014 Disney



STADLBAUER

Carrera-Highlights 2014

Exklusive Lizenzen und einzigartige Neuheiten machen das Carrera-Jahr 2014 so spannend wie noch nie – Mit der Carrera-App entsteht eine neue Welt des „Motorsports für zuhause“

Dank weltweiter Exklusiv-Lizenz Ferrari im Autorennbahn-Bereich und globaler Lizenz-Partnerschaft mit Red Bull können Carrera-Fans wie ihre Vorbilder über die Strecken flitzen. Auch in der Formel E geht es heiß her. Mit der Carrera-App können Nutzer neben Training und Rennmodus alle relevanten Features im „Race Profil“ einstellen – nach dem Startsignal verwandelt sich das Display der iOS- und Android-Endgeräte in ein Cockpit mit persönlichen Daten sowie Informationen wie Tankinhalt, Bremsverhalten und Geschwindigkeit. Dank der Facebook-Anbindung können Rundenzeiten rund um den Globus sofort verglichen werden. Die Carrera-Website steht nun als optimierte Desktop-Version für Tablets und mobile Version für Smartphones zur Verfügung.

Ganz neu ist die 2,4 GHz Wireless+ Technologie im Digital-143-Bereich, die auch bei den kleinsten Carrera-Piloten für Aufregung sorgt.

Digital 124 und Digital 132

In der Königsklasse im Maßstab 1:24 treffen im „Race de Luxe“-Set der Ferrari 599XX und der Mercedes-Benz SLS GT3 „Heico Motorsports, No.1“ VLN 2012 aufeinander – mit Lithium-Polymere-Akkus sind die Piloten bis zu acht Stunden mobil. Beim Customize-Set mit 12 m Streckenlänge, 2,4 GHz Wireless+ sowie Control Unit für Bremsverhalten, Tankinhalt und Geschwindigkeit können Motorsport-Fans ihre Lieblingsmodelle wählen.

Drei spektakuläre Digital-132-Bahnen kommen hinzu, wo sich auch Sebastian Vettel und Fernando Alonso spannende Rennen liefern. Im „Hybrid Power Race“-Set sind Porsche 918 Spyder „Martini Racing, No.23“ und „LaFerrari“ für den 8,2 m langen Carrera-Parcours startbereit. Das Set „Masters of Speed“ lässt mit BMW Z4 „Walkenhorst Motorsport, No.125, VLN 2013“ und Aston Martin V12 Vantage die Herzen der GT3-Fans höher schlagen.



Auch im analogen System „Evolution“ gibt es viele Neuheiten.

Bei „Digital 143“ steht u.a. der jüngste Vierfachweltmeister Vettel mit seinem „Infiniti Red Bull Racing RB9“ an der Startlinie. Spektakulär geht es auf der „Carrera



Go!!!“-Bahn zu – neben zwei Formel-1-Sets heizen erstmals die „Transformers“ über die Rennstrecke. Die kleinsten Piloten treffen auf die „Cars“-Stars: Francesco Bernoulli und Lightning McQueen bringen mit dem neuen Set „Neon Shift'n Drift“ auch die Rennstrecke zum Leuchten.

More exciting than ever before: the Carrera year 2014 will feature exclusive licenses like Ferrari or Red Bull, Carrera Go!!, the Transformers set and further unique new products. In the Slotcar field, the Carrera App proves in a most impressive manner how up-to-the-minute technology and legendary racing fun can be perfectly combined.





SCHLEICH

Schleich schafft Spielwelten

Zur Spielwarenmesse in Nürnberg präsentiert sich der Spielwarenhersteller als Schöpfer naturgetreuer Welten im Kinderzimmer



Schleich geht in diesem Jahr einen entscheidenden Schritt in Richtung Playworld Company. Denn rund um die einzelnen Figuren lässt das Traditionsunternehmen aus Schwäbisch Gmünd eine naturgetreue Spielwelt entstehen. Die Figuren werden in die Schleich-Welt eingebettet und von neuem Zubehör komplettiert. In der Produktentwicklung hat Schleich zusätzlich zur klassischen Marktforschung verstärkt auf den Markt gehört und die gefragt, die am besten wissen, was im Kinderzimmer ankommt: die Kinder selbst. Auch mit dem neu gegründeten Händlergremium hat sich der Spielwarenhersteller beraten. Das Ergebnis – insgesamt über 100 Neuheiten für 2014 – ist erstmals auf der Spielwarenmesse zu sehen.



Das Kinderzimmer wird zum Pferdehof

Die erste Themenwelt ist rund um die klassische Produktlinie Farm Life aufgebaut. Ein naturgetreu gestalteter Pferdehof bietet den Schleich-Figuren ab September 2014 ein spielstarkes Zuhause. Als Vorgeschmack bereichern insgesamt 24 neue Pferdezubehörartikel bereits ab April die neue Spielwelt. Damit der Reiterhof im Handel für besondere Aufmerksamkeit sorgt, hat Schleich zur Verkaufsförderung einen speziellen Warenträger für den PoS entwickelt. Neben der Produktpräsentation können Kinder mit Hilfe von Gucklöchern typische Spielszenen des Pferdehofs erleben. Das Ganze wird zusätzlich durch unterschiedliche Geräusche untermalt. So wird ein besonderes Markenerlebnis am PoS geschaffen.

From September 2014, the true-to-life horse ranch will offer a lovely environment for Schleich's play figurines. A foretaste is provided by 24 new horse accessories that will be added to the new play world in the "Farm Life" theme in April.



Young Chef
Ice Cream Maker
Ice Crusher
Ice Pop Maker
Ice Pop Maker Set
Party Popz
FIVE STARS
Besuchen Sie uns auf der Spielwarenmesse in Nürnberg:
Halle 12.2, Stand P-20
Five Stars H.K. Ltd
Showroom - 23rd Floor
Austin Plaza, 83 Austin road
Tsim Sha Tsui, Kowloon
Hong Kong
Tel. + 852 3692 5032
Fax. + 852 3692 5039
www.fivestarshk.com
PROMO VIDEO

MTS

Funwheels von Streetsurfing

Streetsurfing steht nicht nur für Waveboards, sondern auch für Scooter. Absolutes Highlight sind dabei der Kazari Tilt Scooter und sein ab März lieferbarer Nachfolger Street Boss. Der Scooter punktet mit zwei Hinterrädern und Alu-Aufhängung für die perfekte Kurvenlage! Top-Ausstattung mit rutschfestem Griptape-Deck, extra Fläche für mehr Kontrolle und einem Dual-Hinterrad-Bremssystem. Der Aluminium-Lenker mit ergonomisch geformten Griffen bietet dabei einen besonders sicheren Halt. Das große 145-mm-Rad vorne und das leichtläufige ABEC-5-Kugellager runden die Vielfalt an Features ab. Auch in puncto faltbare Urban Scooter mit 145-mm- und 200-mm-Rollen bietet Streetsurfing alles für Funwheel-Begeisterte. Das rutschfeste Griptape-Deck bietet mehr Kontrolle durch eine extra Fläche und neben einem sehr robusten Stahl-Lenkersystem mit ergonomisch geformten Griffen kommen die Scooter mit einer doppelwandigen und dadurch besonders robusten Bremse daher.





Street surfing requires waveboards and scooters. Alongside the absolute highlight "Kazari Tilt Scooter", MTS Sportartikel will offer the "Street Boss" from March onwards, which will thrill all fun-wheels enthusiasts. Two rear wheels and the aluminum suspension ensure perfect cornering.

HAUCK

„Heart 2 Heart Baby“

Auch in diesem Jahr ist Hauck Toys for Kids mit vielen interessanten Neuheiten wieder ganz vorn dabei. Es war ein schon lange gehegter Wunsch, für das umfangreiche Puppenzubehör endlich auch eine eigene Puppe zu entwickeln. Mit viel Liebe zum Detail und noch mehr Herz ist das „Heart 2 Heart Baby“ entstanden. Sie ist das Herzstück der „Heart 2 Heart“-Puppenspielwelt, eine süße Babypuppe zum Knuddeln und Liebhaben mit vielen Funktionen für ein interaktives Spiel.

This cute baby doll invites for hugging and cuddling and possesses many functions for interactive playing. It is now at the heart of Hauck's "Heart 2 Heart" dolls' world.



CRAZE

Große Produktpalette rund um Star Wars



Die Craze GmbH baut im Jahr 2014 ihr Produktsortiment rund um Star Wars massiv aus. So haben die Karlsruher nicht nur mit der grünen Serie der „Star Wars – Slap-Snap-Bands" unlängst die zweite Serie ihrer Slap-Snap-Bands gelauncht und mit der Mega-Box und dem Blister-Pack Erweiterungen der Produktlinie auf den Weg gebracht, sondern bringen mit den Mini-Slap-Snap-Bands den Hype um die Star-Wars-Schnapparmbänder jetzt endlich auch in die Kinderzimmer der kleineren Jedis. Beide Serien zeigen Motive aus dem „Star Wars – The Clone Wars"-Universum, die den Sammeltrend weiter anheizen.

Mit den „Star Wars – Force Bands" bringt Craze ein weiteres Armbandthema auf den Markt. Bei den Force Bands handelt es sich um Motiv-Silikonarmbänder mit Glow-in-the-dark-Effekt. Alle Armbänder sind ausschließlich aus 100 Prozent reinem und hochwertigem Silikon gefertigt.

Craze bringt jedoch nicht nur Armbänder um das Thema Star Wars auf den Markt. Mit den „Star Wars – Snipz" kommt zum ersten Mal ein Action-Game rund um Star Wars heraus.

Unterstützt wird die Markteinführung der verschiedenen Star-Wars-Produkte mit Produktsamplings auf zielgruppenrelevanten Magazinen sowie weiteren umfangreichen Marketingmaßnahmen. Hierzu ist Craze verschiedene Kooperationen mit unterschiedlichen Medienpartnern für eine langfristige und dauerhafte Bewerbung der Produkte eingegangen.

In 2014, Craze will enormously extend its "Star Wars" product range. The second series of the "Slap-Snap-Bands", the "Mega-Box", and the "Blister Pack" will be followed by adorned silicon armbands that glow in the dark and will be used as "Force Bands".

messetrends Nr.2 erscheint am 30. Januar 2014 und ist kostenlos am Stand von SPIELZEUG international erhältlich.
Foyer Halle 12.0

Baby's First™
HAPPY BABIES
HAPPY
MOMS

FIVE STARS
Besuchen Sie uns auf der Spielwarenmesse in Nürnberg:
Halle 12.2, Stand P-20
Five Stars H.K. Ltd
Showroom - 23rd Floor
Austin Plaza, 83 Austin road
Tsim Sha Tsui, Kowloon
Hong Kong
Tel. + 852 3692 5032
Fax. + 852 3692 5039
www.fivestarshk.com
WEBSITE

Hama
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

ESSKNETE®
Hier gibt's was zu entdecken!
Einfach QR-Code mit Smartphone scannen und los geht's!

MEGA BRANDS

Neue Mini-Serie

In der „Mega Bloks"-Kollektion bringt Mega Brands neue Vorschulspielzeuge wie „Junior Builders" sowie attraktive Artikel für Fans von Hello Kitty, Barbie oder Skylanders Swap Force heraus. Das Lernzug-Set der „First Builders" fördert mit 50 Teilen die Hand-Auge-Koordination, Konzentration sowie Kommunikation der Kleinen.



Zur weltweit erfolgreichen Kollektion „Halo" gibt es drei Kultfahrzeuge der Serie „Micro-Fleet" für Kinder ab 8 Jahren und Sammler: Die Sets „Hornet Assault", „Mantis Invasion" sowie „Warthog Attack" im coolen Spartan-Helm enthalten neben Grundplatte und Bauteilen eine Standard-Micro-Actionfigur, um faszinierende Szenarien der Halo-Welt nachzustellen. Seit Januar 2014 gibt es zu „Call of Duty" einzigartige Konstruktionssets mit Fahrzeugen, thematischen Standorten und Micro-Actionfiguren, darunter den Panzer von „Heavy Armor Outpost" mit rotierender Kanone, Captain John Price sowie zwei Besatzungsmitgliedern. Insgesamt 30 detaillierte Accessoires animieren Fans ab 14 Jahren zum Sammeln.

Mega Bloks "First Builders" introduces new themes and characters to their preschool construction line and in its popular girl's category e.g. "Hello Kitty – Fun at the Fair". The all-new miniature scale "Micro-Fleet" is a new way to build and collect "Halo", several "Call of Duty" Collector Sets offer a unique range of construction toys.

CREATE YOUR OWN STYLE!
SONNENBRILLEN-SET »4 IN 1«
CHI CHI
CHI CHI Things I love! Jewelry & Accessories
ZIMEX Trading Ltd.
T: +49(0)6152 187 6250, F: +49(0)6152 187 7372
www.zimex-trading.com, www.chi-chi.de
Spielwarenmesse International Toy Fair, Halle 1 B02
We are looking for distributors!



Classic world
www.classicntoys.com
BOOTH NO.:11.1/C-01

EASTCOLIGHT

Sternschnuppen mit Musik

Die Produktionsstätten von Eastcolight sind mit hochmodernen Maschinen ausgerüstet, im eigenen Haus finden Produktdesign, die Herstellung von Prototypen und Werkzeugen, die Fertigung in Spritztechnik, das Lackieren und Bedrucken, die Montage sowie die Lagerhaltung statt. In Nürnberg wird beispielsweise eine hochwertige Sternprojektion mit Lautsprechern gezeigt, die mit allen Bluetooth-Smartphones kompatibel sind: Während der ruhigen Observation, die Sternhaufen rotieren in fünf Geschwindigkeiten, kann mit Musik begleitet werden. Der Nachthimmel wird realistisch an allen 365 Tagen dargestellt, es gibt 61 Konstellationen und 8.000 Sterne zu bewundern – Sternschnuppen queren jede Minute. Der aktuelle Stand der Wissenschaft wird für dieses Planetarium durch die Zusammenarbeit mit Astronomen sichergestellt.



This Planetarium shows high quality star projection with wireless bluetooth speaker – it project real sky at specific time of 365 days with 61 constellations and 8000 stars as well as shooting star display every minute.

KONAMI

Yu-Gi-Oh!-Ankündigung

Während der Spielwarenmesse wird Peter Frottier, Senior Product Manager, die künftigen Produktneuheiten bei „Yu-Gi-Oh!" und dem „Yu-Gi-Oh! Trading Card Game" vorstellen. Am Stand feiert u.a. das für Sammler ab 6 Jahren konzipierte, lang ersehnte Struktur-Deck „Cyber Dragon Revolution" mit der Rückkehr der populären „Machine-Type Monsters" seine Premiere. Konami präsentiert zudem das Booster Set „Legacy of the Valiant" mit aktuellen Anime-Karten und als Nachfolger des erfolgreichen Booster-Sets nun auch das „Star Pack 2014", durch das junge Duellanten in die Abenteuerwelt von „Yu-Gi-Oh!" eintauchen und Fans aller Altersgruppen zum Sammeln animiert werden.



The Yu-Gi-Oh! product line-up include the recently released Booster Set "Legacy of the Valiant" which features the latest Anime cards, as well as the highly anticipated Structure Deck "Cyber Dragon Revolution". Konami is excited to launch also its exhilarating "Star Pack 2014".

NIKKO
NEUHEITEN
2014
NIKKO NR. 1
BEI INNOVATIVEN
ACTION FAHRZEUGEN
VAPORIZR
NANO
Voll
amphibisch,
fährt zu Wasser und zu Lande!
Angetrieben von 2 Motoren,
360° Spins und Allradantrieb.
Spass & Action wie bei seinem
großen Bruder VaporizR,
nur etwas kleiner!
NIKKO TEST SQUAD
Scan' den QR Code
& sieh' Dir dasVideo an!
HAPPY PEOPLE
Exklusiver
Partner für
Deutschland
und Österreich
Happy People GmbH & Co. KG
Konsul-Smidt-Strasse 8b
D-28217 Bremen
Telefon: (0421) 3 888 9 - 0
Telefax: (0421) 3 888 9 - 99
info@happypeople.de
www.happypeople.de
Halle 12.2.-Stand P30
Email: messe@happypeople.de
Telefon: (0911) 86 07 950
Telefon: (0911) 86 07 952

SPIELZEUG international
Spielwarenmesse Nürnberg
Besuchen Sie uns im Foyer
Halle 12.0

BANDAI

Futuristische Schwerter

Die „Power Rangers“ stellen sich 2014 der Alien-Invasion auch mit ihren mächtigen „Deluxe Super Mega“-Säbeln entgegen. Um die volle Kraft der Waffen zu entfalten, aktivieren Nachwuchs-Ranger die ca. 40 cm großes Rollenspiel-Schwerter mit Licht- und Soundeffekten mittels Schlüssel. Das Schwert spielt zusätzliche Soundeffekte ab, wenn der Abzug im Griff betätigt wird.

Volle Action verspricht Bandai zudem mit dem „Double Battle Action Schwert Ranger“ der Super Megaforce. Die ca. 16 cm große, detailgetreue Action-Figur



mit Joystick-Technik erhebt für schlagkräftige Doppel-Attacken die mächtigen Waffen gegen die feindlichen Aliens und rettet damit die Erde vor der Invasion.



Auch die ca. 16 cm große Action-Figur „Double Battle Action Roter Ranger“ ist mit Joystick-Technik für schlagkräftige Doppel-Attacken ausgestattet: Im Nahkampf erhebt er sein mächtiges „Super Mega Schwert“ in der rechten Hand gegen die feindlichen Aliens, im Fernkampf wird der „Super Megablaster“ aus der linken Hand abgefeuert.

In 2014, the Power Rangers will face the challenges of an alien invasion by using powerful "Deluxe Super Mega" sabres. Furthermore, Bandai promise a lot of action to be experienced with the "Double Battle Action Red Ranger" from the Super Megaforce.

Intertoys
EXPORT
37 YEARS' EXPERIENCE IN LOGISTICS AND RETAIL
Visit our stand in Nuremberg
Hall 3
stand A40

micro
...the Original.
mini 2 go
The innovative way to travel with kids.
pat. pending.
International Toy Fair Nürnberg
Hall 7 / Booth F-09
Hall 2 / Booth D-04
Micro Mobility Systems | 8700 Küsnacht - Switzerland | 72348 Rosenfeld - Germany | www.micro.ms | www.microscooter-shop.de
For the mini3in1



TRONICO

Faszinierende Bausets

Neben einer neuen Verpackungslinie stellt Tronico ganz viele Lizenz-Modelle vor. Beim neuen „Case IH 340 Magnum“ im Maßstab 1:16 ist das Chassis unten offen und somit kann die Lenkung jetzt viel einfacher montiert werden. Die Achsaufhängungen vorne sind komplett neu, einfacher und stabiler. So wird aus den Vitrinen- oder Stand- ein attraktives Spielmodell – von hinten einfach zu steuern. Für die Micro-Serie ist rcee-Gf. Ralf Egert in Verhandlungen mit Claas, Fendt, Massey Ferguson, Case IH und New Holland.

Zum Beginn einer Kooperation mit der Lufthansa werden Handmodelle vom Airbus A320 Neo in 1:100 und A380 in 1:150 präsentiert. Die Produktpalette reicht von Traktoren in verschiedenen Ausführungen über ca. 500 g schwere Einsatzfahrzeuge mit Light & Sound im Maßstab 1:32 bis hin zum voll funktionsfähigen Liebherr-Kran und dem ca. 150 cm hohen Eiffelturm mit blinkenden LED-Lichtern.

The new Tronico packaging line presents all models from the series Micro, Mini, Junior and Profi in an even better light and also adds a special touch to the Lufthansa Airbus and the Liebherr crane. As far as the new “Case IH 340 Magnum” in a 1:16 scale is concerned, the steering can be easily assembled.



messetrends Nr.2 erscheint am 30. Januar 2014 und ist kostenlos u. a. am Stand von SPIELZEUG international erhältlich.

Foyer Halle 12.0

IAW
Die Trend- und Order-Messe des Handels.
KÖLN / COLOGNE



19. INTERNATIONALE AKTIONSWAREN- UND IMPORTMESSE

Alle Bereiche des Handels
300 internationale Aussteller
24.000 m² Ausstellungsfläche

25.–27. März 2014
Kölnmesse, Halle 10.2

Jetzt Ihr gratis Ticket bestellen!
www.iaw-messe.de



SIMBA DICKIE GROUP

Positive Umsatzentwicklung

Auf einer Pressekonferenz kurz vor Eröffnung der 65. Internationalen Spielwarenmesse in Nürnberg gab die weltweit aktive Simba Dickie Group ihre Umsatzzahlen bekannt. „Wir konnten unseren konsolidierten Gesamtumsatz um etwa 2,6% von 615,0 Mio. Euro im Jahr 2012 auf 631,0 Mio. Euro im Jahr 2013 steigern. Bei den nach wie vor sehr bescheidenen Wachstumsraten von 0,5% in Deutschland und sogar -0,4% in Europa ist das mehr, als man erwarten konnte und sehr erfreulich", beschreibt Manfred Duschl, Geschäftsführer und CFO die positive Entwicklung des Spielwarenunternehmens.

Die Simba-Gruppe einschließlich der Gesellschaften Big und Noris konnte den konsolidierten Gesamtumsatz 2013 um 3,4% von 145,0 Mio. Euro auf 150,0 Mio. Euro steigern.

IMPRESSUM:

messetrends

ist eine Sonderveröffentlichung von

SPIELZEUG international

zur 65. 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)151 1056 26 69

Verantwortlich hierfür ist der attraktive Produktmix der Simba Dickie Group, der es ermöglichte, entgegen des allgemeinen Trends auch in Europa wieder zuzulegen. Die Produktlinie Filly hatte im Jahr 2012 ihren Peak erreicht und war 2013 rückläufig, sodass Simba sich 2014 davon verabschiedet und diese Serie durch andere Produktlinien ersetzt.

Die Dickie-Gruppe hat mit einem konsolidierten Gesamtumsatz in Höhe von 81,0 Mio. Euro im Jahr 2013 den Umsatz auf dem Vorjahresniveau (80,0 Mio. Euro) stabilisieren können.

Bei der Smoby-Gruppe hat sich der konsolidierte Gesamtumsatz bei einer leichten Steigerung von 1,5% gegenüber dem Vorjahr mit 133,0 Mio. Euro auf 135,0 Mio. Euro eingependelt. Erfreulich innerhalb der Smoby-Gruppe sei, so Duschl, dass sich trotz der weiterhin vorhandenen Krisensituation in Südeuropa die Umsätze in den Ländern Spanien und Italien hätten stabilisieren lassen.

Die ausländischen Tochtergesellschaften der Simba Dickie Group konnten den konsolidierten Gesamtumsatz im Jahr 2013 um 3,5% von 257,0 Mio. auf 266,0 Mio. Euro steigern. Hervorzuheben seien die unverändert positiven Entwicklungen in Russland, Südamerika und Middle East.

Internationale Umsatzanteile

Der internationale Anteil der Simba Dickie Group liegt mit etwa 75% unverändert auf dem Niveau des Vorjahres. Die Hauptexportnationen waren 2013 die Länder Frankreich, Russland, Spanien und Italien. In einem gesamtwirtschaftlich weiterhin nicht einfachen Umfeld plant die Simba Dickie Group für 2014, den konsolidierten Gesamtumsatz von 631,0 Mio. Euro im Jahr 2013 um etwa 2,2% auf 645,0 Mio. zu erhöhen.

Ertrags-/Finanzsituation

Die Ertrags- und Finanzsituation der Gruppe habe sich laut Duschl im Vergleich zum Vorjahr weiter verbessert, sei unverändert als sehr gut, solide, stabil und insgesamt als vorbildlich zu bezeichnen.

Investitionen 2013 und 2014

Die Simba Dickie Group hat im Jahr 2013 Investitionen in einer Größenordnung von etwa 25,0 Mio. Euro durchgeführt.

Die geplanten Gesamtinvestitionen 2014 belaufen sich auf ca. 30,0 Mio. Euro. Davon sollen ca. 7,5 Mio. Euro in Deutschland investiert werden.

(Der ausführliche Bericht steht auf www.spielzeuginternational.de).

Simba Dickie Group continues to grow

The Simba Dickie group was able to raise its consolidated overall sales figures by approximately 2.6 percent, namely from 615.0m euros in 2012 to 631.0m euros in 2013. "In view of the still very moderate growth rates of 0.5 percent in Germany and of only 0.4 percent throughout Europe, this result exceeds our expectations and is very encouraging." This is how Manfred Duschl, managing director and CFO comments on the positive development of Germany's largest toy group.

Investments in 2013 and 2014

In 2013, the Simba Dickie Group invested an amount of around 25.0m euros into its businesses. The sum scheduled for investments in 2014 will hover around 30.0m euros, of these around 7.5m euros will be allocated to the German business unit.



Silverlit®

DigiBirds™

Interactive Bird That Sings To Your Heart

Your new Pet is DigiBirds™





Please visit us:

HALL 6, C-11

Silverlit Toys GmbH All rights reserved. Tel: 49 (0) 2195 939 7002 E-mail: info@silverlit-toys.de

Flowee

The new flower fairies spring and summer have arrived!

- Cute little flower fairies with spring and summer dresses
- With a unique transforming function
- Millions of mini Flowee fairies sold in Kinder Surprise Eggs since 2012
- Year-round marketing with TV advertising
- Every play set includes a special figurine

Toy Fair
Hall 6
B-02/C-01



Unique transforming function from flower to fairy

Gazebo

Dancing Lake

NEW!

Flower Carousel

yo-yo Tablet App

2014 MEDIA POWER

February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December
	TV					TV		TV		
	Print						Print			
		Flowee Magazine by Blue Ocean Publishing								
		Online								

www.simbatoys.de

Simba

SIMBA · DICKIE · GROUP