



Nr.

1

30. Januar  
2013

Herausgeber: Alfred G. Kropfeld

SPiELZEUG  
international

# messetrends

Aktuelle Sonderausgabe zur 64. Spielwarenmesse



30.1. - 4.2.2013  
Stand C35  
Halle 6



Stadlbauer Marketing + Vertrieb GmbH  
Rennbahn Allee 1 · 5412 Puch / Salzburg · Austria

**carrera-toys.com**



Deutsch/English



TOMY-Gf. Mark Collée (Benelux, Zentral- und Osteuropa) und Boxlegende Axel Schulz gaben den Ring frei für den per Controller gesteuerten Miniatur-Roboter „Battroborg“, der Bewegungen sowie Schläge der Spieler in Echtzeit ausführt.

Boxing robot „Battroborg“ at Tomy and professional German boxer Axel Schulz.

SPiELZEUG  
international

Besuchen Sie uns im  
Foyer Halle 12.0

**Carrera**<sup>®</sup>

**RC**

*Wir können nur*

***schnell!***



Lizenzhinweise entnehmen Sie bitte unserer Internetseite sowie dem Carrera RC Katalog 2013.

**30.1. - 4.2.2013**  
**Stand C35**  
**Halle 6**



Stadlbauer Marketing + Vertrieb GmbH  
Rennbahn Allee 1 · 5412 Puch / Salzburg · Austria

***carrera-rc.com***



Nr.

1

30. Januar  
2013

Herausgeber: Alfred G. Kropfeld

**SPiELZEUG**  
international

# messetrends

**Aktuelle Sonderausgabe zur 64. Spielwarenmesse**

SPIELWARENMESSE

## Seehofer erfüllt sich Kindheitstraum



Deutsch/English



Vor knapp 1.000 Gästen fand am Dienstag Abend die feierliche Eröffnung der 64. Spielwarenmesse im neuen Konferenz-Center Mitte der NürnbergMesse mit der Verleihung der ToyAwards statt (unser Bild). Hauptredner war der Bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer. Im exklusiven gemeinsamen Interview von SPIELZEUGinternational und dem Nürnberger Radiosender Charivari 98.6 sagte er, dass er schon als Kind immer von einem Besuch der Spielwarenmesse geträumt habe. Außerdem begrüßt der eingefleischte Märklin-Fan eine mögliche Übernahme des Modellbahn-Spezialisten durch die Simba Dickie Group. Er hofft, dass sich dadurch die seiner Ansicht nach zuletzt lückenhafte Versorgung für seine eigene Anlage endlich verbessern wird.



TOMY-Gf. Mark Collée (Benelux, Zentral- und Osteuropa) und Boxlegende Axel Schulz gaben den Ring frei für den per Controller gesteuerten Miniatur-Roboter „Battroborg“, der Bewegungen sowie Schläge der Spieler in Echtzeit ausführt.

Boxing robot „Battroborg“ at Tomy and professional German boxer Axel Schulz.

### In dieser Ausgabe lesen Sie...

Spielzeugmarkt Europa.....	4
Lego: Friends und Ninjago Sets sorgten für ein „steinreiches“ Jahr .....	5
ToyAward 2013 in fünf Kategorien .....	6
Bruder: Spielwert kommt an .....	7
Impressionen von der Neuheiten-Schau .....	8, 10
Produktneuheiten.....	11 – 31
Walt Disney Company: Silberne Autos und rasante Flugzeuge .....	16
idee+spiel: idee+spiel-Händler behaupten Spitzenposition .....	33
Simba Dickie Group: Zurück auf den Wachstumspfad ist Ziel für 2013 ....	34

**SPiELZEUG**  
international

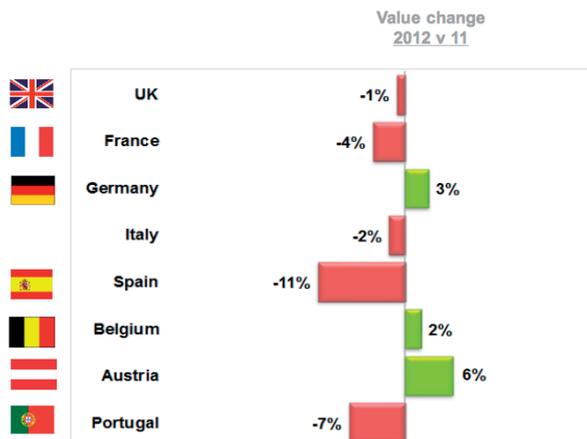
Besuchen Sie uns im  
Foyer Halle 12.0

# Spielwarenmarkt Europa

Laut John Harper, Chairman von TIE (Toy Industries of Europe), stand 2011 Europa für 27 Prozent des weltweiten Spielwarenumsatzes: 16,5 Mrd. € vor den USA (15,6 Mrd. €), Japan (4,3 Mrd. €), China (3,9 Mrd. €) und Brasilien (2,2 Mrd. €). Nach jährlichen Wachstumsraten von 3 bis 6 Prozent ist 2012 wohl eine Stagnation eingetreten. Die Spielwarenindustrie mit 5.000 Firmen (88 Prozent unter 10 Beschäftigte) weist 220.000 Arbeitsplätze auf. Der Produktionswert von Spielwaren in der EU betrug 2011 ca. 5,6 Mrd. €, die Exporte lagen bei 1,1 Mrd. € und die Importe bei 5,5 Mrd. €. In den 27 EU-Staaten leben 78 Mio. Kinder. TIE-Mitglieder sind neben großen Firmen die nationalen Verbände von Bulgarien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Schweden, Spanien sowie Skandinavien.

## European Toy Markets 2012 value change vs. 2011

Toy industry performance by country – Full Year 2012 v 11



Source: The NPD Group Retail Tracking Service  
npdgroup Deutschland GmbH

### Zahlen für 2012

Laut npdgroup/Eurotoys wuchs 2012 der Spielwarenmarkt in Deutschland um 3 Prozent, ebenso in Österreich (6 Prozent) und Belgien (2 Prozent). Rückgänge meldeten UK (1 Prozent), Italien (2 Prozent), Frankreich (4 Prozent), Portugal (7 Prozent) und Spanien (11 Prozent). In den fünf größten EU-Ländern Deutschland,

Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien stieg der Online-Umsatz seit 2008 um 141 Prozent und hat nun einen Anteil von 18 Prozent am Gesamtumsatz Spielwaren – in Deutschland und UK sogar von ca. 25 Prozent.

UK *The toy market in Europe is the largest in the world with total consumer spending of €16.5 billion in 2011, followed by the United States (€15.6 b), Japan (€4.3 b), China (€3.9 b) and Brazil (€2.2 b). The almost 5,000 toy enterprises with 220,000 employees combine SMEs and large companies (production value €5.6 billion), in the EU's 27 Member States live 78 million children.*

ding of €16.5 billion in 2011, followed by the United States (€15.6 b), Japan (€4.3 b), China (€3.9 b) and Brazil (€2.2 b). The almost 5,000 toy enterprises with 220,000 employees combine SMEs and large companies (production value €5.6 billion), in the EU's 27 Member States live 78 million children.

### UNIVERSAL TRENDS

## Wachstum mit Marken

Mit einem hochaktuellen Portfolio sowie lizenz- und markenstarken „Schneldreher-Themen“ hat sich Universal Trends vom Großhändler zu einem erfolgreichen Trend-Distributeur mit ca. 1.500 Artikeln gewandelt. In den vergangenen fünf Jahren wurden sowohl Umsatz als auch Mitarbeiterzahl knapp verdoppelt, das laufende Geschäftsjahr (Ende 30. Juni 2013) wird das Aachener Unternehmen mit einem Plus von rund 10 Prozent (etwas über

30 Mio. €) abschließen. Das auf 11 Außendienstmitarbeiter und 17 Kundenbetreuer gewachsene Vertriebsteam sichert bundesweit den engen Schulterschluss zu allen Handelspartnern.

Neben klassischen Spielwarensortimenten sind im Portfolio Produktgruppen wie „Süßwaren“, „Outdoor“ und „Kids/Schule“ (Schreib- und Schulbedarf). Nun beginnt eine Konsolidierungsphase, um das schnelle Wachstum weiterhin seriös zu bewältigen – laut Gf. Andreas Chevalier

werde man den Fuß aber nicht vom Pedal nehmen. Eine Idee des Trendspezialisten für die vor wenigen Monaten mit Bullyland getroffene Vertriebskooperation macht Spielfiguren über einen angehängten QR-Code (Link zu VideoClips) quasi „lebendig“. Und künftig werden die Artikel aus den klassischen Figur- und Tierwelten von Bullyland den Handelspartnern exklusiv angeboten: Universal Trends setzt hier ein klares Zeichen für den Fachhandel.

LEGO DACH

# Friends und Ninjago Sets sorgten für ein „steinreiches“ Jahr

In Deutschland steigerte die Lego GmbH 2012 erneut ihren Einzelhandelsumsatz und wuchs um 12,7 Prozent auf 331 Mio. € (+34 Mio. €) – Der Marktanteil stieg damit um 1,4 Prozentpunkte auf 16,7 Prozent

In Österreich und der Schweiz ist das Unternehmen ebenfalls weiter auf Erfolgskurs: In Österreich stieg der Marktanteil 2012 im Vergleich zum Vorjahr um fast 2 Prozent auf 17,6 Prozent und der Umsatz von 36,8 auf 45,4 Mio. €. In der Schweiz wuchs der Marktanteil um 1,4 Prozent auf 16,8 Prozent, der Umsatz stieg auf 49,2 Mio. CHF (2011: 46,7 Mio. CHF) – trotz eines leicht rückläufigen Spielwarenmarktes. Das Unternehmen profitierte in der DACH-Region auch 2012 von innovativen Marketingansätzen, dem erfolgreichen zweiten Jahr von Lego Ninjago, sowie den neuen Spielkonzepten wie Lego Friends, mit dem vor allem Mädchen an den Stein gebracht werden. „Mit unseren Produktlinien treffen wir den Zeitgeist und konnten 2012 bereits das neunte Jahr in Folge unseren Umsatz steigern“, sagt Michael Kehlet, Vice Präsident und Geschäftsführer der Lego GmbH anlässlich der traditionellen Lego-Pressekonferenz am Dienstagnachmittag. „Wir denken, dass der Spielwarenmarkt in DACH 2013 um die 2 Prozent wachsen wird. Für Lego DACH ist unser Ziel, den Einzelhandelsumsatz um 5 bis 8 Prozent zu steigern“, sagt Kehlet.

## LEGO Wachstumstreiber 2012

27 der 50 meistverkauften Spielwaren Deutschlands in 2012 sind Lego Produkte. Das zeigt, dass Eltern beim Spielwarenkauf nach wie vor auf bewährte Qualität setzen. Sie schenken auch der neuen Lego Friends



Michael Kehlet, Vice President Lego GmbH

Produktreihe für 5- bis 10-jährige Mädchen, die im März 2012 auf den Markt kam, sofort Vertrauen. Das neue Spielthema erreichte bereits in seinem ersten Jahr einen Umsatzanteil von 6,9 Prozent und war 2012 der größte Wachstumstreiber des Unternehmens. Gleich zwei Lego Friends Produkte hielten auf Platz 15 und 25 Einzug in die 50 meistverkauften Spielwaren. Die stärkste Produktlinie im Portfolio bleibt Lego Star Wars – mit einem Umsatzanteil von mehr als 20 Prozent und 15 Produkten in den Top 50. Dahinter folgen die Produktklassiker Lego Duplo, Lego City und Lego Technic. Alle vier Produktreihen erwirtschafteten zusammen rund zwei

Drittel vom Gesamtumsatz. Einhergehend mit dem kontinuierlichen Erfolg wächst auch die Lego Zentrale für Deutschland, Österreich und die Schweiz in Grasbrunn bei München. Aktuell arbeiten dort rund 420 Mitarbeiter, 150 mehr als noch vor fünf Jahren.

## Highlight 2013: Lego Legends of Chima

Die neue Lego Legends of Chima Abenteuerwelt bietet erstmals Spielspaß auf vier verschiedenen Ebenen: klassische Bausets, Speedorz, baubare Actionfiguren und ein Brett- sowie Videospiele. Daneben warten das beliebte und bekannte Lego Bauerlebnis in Form vieler Fahrzeuge mit Transformationsfunktion und jede Menge neue Minifiguren in Tierform. Die neuen Speedorz-Sets fordern zu Geschicklichkeits- und Wettbewerbsspielen heraus. Zusätzlich bereiten die dazugehörigen Spielkarten viel Freude beim Sammeln. Durch diese vielen Möglichkeiten bietet das schnell verständliche Lego Legends of Chima Spielkonzept unterschiedliche Schwierigkeitsstufen und damit viel Spielspaß.

## Wechsel in der Geschäftsführung

Ende Januar verlässt **Christian Korbes** die Geschäftsführung der Lego GmbH. Der Vice President Marketing möchte sich nach neun Jahren, in denen er die Marketingaktivitäten für Lego DACH von Wachstumsjahr zu Wachstumsjahr gesteuert hat, neuen Herausforderungen innerhalb der Lego Gruppe stellen. **Michael Kehlet**, Gf. der Lego GmbH, übernimmt bis auf weiteres die Interimsvertretung.

# ToyAward 2013 in fünf Kategorien

Zur zehnten Verleihung der Trophäe reichten 227 Unternehmen insgesamt 380 Produkte ein, im vergangenen Jahr waren es 371 von 179 Teilnehmern – Eine Fachjury aus Handelsvertretern, Sozial- und Spielepädagogen nominierte 15 innovative Messeneuheiten

Die Sieger des ToyAward 2013 wurden gestern Abend bekanntgegeben. Zu den am 24. Januar nominierten Produkten in fünf Kategorien gehörten in der Kategorie Baby&Infant auch „Großes Spielset im Zoo“ (Haba) und „Stacking Wood Set C“ (Gotoy), in der Kategorie PreSchool „JoJo See You Simon Says“ (Silverlit) und „Korxx 56“ (Korxx Patricia Kuch) sowie in der Kategorie SchoolKids „4D Cityscape Time Puzzles“ (4D Cityscape) und „Kakerlakak“ (Ravensburger), im Segment Teenager&Family

„Evolution. The Origin of Species“ (RBG) und „Live Kicker“ (Felix Finger & Marcel Führer). Beim SpecialAward Toys 3.0 waren es „iPawn Pool Billiards“ (Jumbo Spiele) und „Sphero“ (Orbotix). Besucher können bis Messeschluss die fünf Sieger im Innovation-Center in Halle 4 begutachten und durch Scannen der Eintrittskarte ihren persönlichen Liebling wählen – der am 4. Februar 2013 bekanntgegebene „ToyAward Traders'Favourite“ erhält ein Preisgeld von 20.000 Euro für die Vermarktung.

## Baby & Infant (0-2 Jahre)



**Tobbles Neo**  
Fat Brain Toy Co.

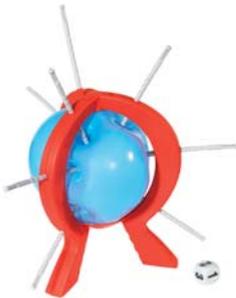


## PreSchool (3-5 Jahre)



**Nacht der magischen Schatten**  
Habermas GmbH

## SchoolKids (6-10 Jahre)



**Bumm Bumm Ballon**  
Schmidt Spiele GmbH

## Teenager & Family (ab 11 Jahren)



**Siku Racing**  
Sieper GmbH

## Toys 3.0



**RoboMe**  
Sablon Germany GmbH

*Play fun, creativity, safety, material and comprehensibility are the criteria on which a jury of toy retailers and educators base their nominations of the new products. The ToyAward, which Spielwarenmesse eG presents to exhibitors annually for their new products at the fair, is awarded for the 10<sup>th</sup> time. This time 227 companies entered 380 products, more than ever before. The winners 2013 were announced yesterday at the opening ceremony.*

*All nominated candidates are also presented in the InnovationCenter in hall 4 during the Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg. Visitors can vote for their own favourite among the winning products by scanning their entrance ticket. The "ToyAward Traders'Favourite" will be revealed on 4 February 2013 – the manufacturer of the winner can look forward to prize money of € 20,000 for marketing support.*

BRUDER

# Spielwert kommt an



Gf. Paul Heinz Bruder mit dem 54 cm langen „CAT Kettendozer“ und dem 60 cm großen Mähdrösch „Claas Lexion 780 Terra Trac“

Im vergangenen Jahr steigerte die Bruder Spielwaren GmbH + Co. KG ihren Umsatz um 18 Prozent auf 60 Mio. € (51 Mio. in 2011). Besonders gefragt waren landwirtschaftliche Spielfahrzeuge, Lkws und Baumaschinen im Maßstab 1:16, erfolgreich war auch die „Bworld“-Serie. Geschäftsführender Gesellschafter Paul Heinz Bruder: „Das vergangene Geschäftsjahr war eines der erfolgreichsten seit der Gründung 1926.“ Und die Investitionen in den Standort Deutschland zahlen sich auch aus: 2011 hatte Bruder 15 Mio. € in ein Logistikzentrum, größere Produktionskapazitäten und neue Software investiert, weitere 2 Mio. € flossen in die Erneuerung der Formenkühlanlage sowie in eine moderne Materialversorgungsanlage.

### Lokal produzieren, global vertreiben

In Fürth werden alle Produkte entwickelt, 98 Prozent werden im eigenen Werk gefertigt. Bruder beliefert Kunden in ca. 70 Ländern, die Exportquote liegt bei rund

70 Prozent: Gute Geschäfte werden in den USA, Russland, Skandinavien und wirtschaftlich stabilen EU-Ländern gemacht, auch in Indien gibt es nun einen Vertriebspartner.

Die Mitarbeiterzahl stieg von 311 im Jahr 2011 auf jetzt 369. Viel Geld werde in die Nachwuchsförderung investiert, um dem Fachkräftemangel wirksam zu begegnen. Kritik übt Bruder an den politischen Vorgaben zur Energiewende, die Großkonzerne subventioniert: „Die überhöhten Stromkosten belasten die Bilanzen der mittelständischen Unternehmen, die in Deutschland investieren und Arbeitsplätze schaffen.“ Auch gestiegene Material- und Rohstoffkosten sowie die Verschärfung der EU-Spielzeugrichtlinie sorgen für (moderate) Preissteigerungen. Paul Heinz Bruder erwartet für das laufende Geschäftsjahr ein Umsatzplus von 10 Prozent, die Produktionskapazitäten müsse man angesichts der Nachfrage noch ausweiten.

Foyer  
Halle 12.0

messtrends-Ausgabe Nr.2 erscheint am  
Donnerstag, den 31. Januar 2013.  
Kostenlos erhältlich bei **SPIELZEUG**  
international



**TALKING FRIENDS**

**TALKING BEN**

**TALKING TOM**

Available on the App Store

ANDROID APP ON Google play

Halle 12.0  
Stand D-06

**X TREM**  
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

All Talking Friends names, characters and logos are registered trademarks and property of Outfit7 Limited. Licensed to Sound & Light Animatronics Co. Ltd. © 2010 - 2013 Outfit7 Limited. All rights reserved.



**SILVERLIT**-Firmenchef Kevin Choi ließ seine „Motion Intelligent“-Toys von kessen Stewardessen präsentieren.



**XTREM TOYS & SPORTS** kündigt neben weiteren DFB-Lizenzartikeln die „Talking Friends“ mit Interaktion an, die Barbara Schwarz und Junior-Chef Marco Wagner (mit Retro-Ball des Karikaturisten Bernhard Prinz) hier ebenfalls präsentieren.



**TRONICO** ist für Metallkonstruktion-Sets zu beliebten Lizenzen in unterschiedlichen Varianten bekannt und Rcee-Gf. Ralf Egert hat gut lachen: Der Traktor im Maßstab 1:16 gehört zur umfangreichen neuen RC-Linie.



**SIMBA DICKIE GROUP**: Hatten sichtlich Spaß mit den Klik Carz – v. li. Majorette-Divisiondirektor Markus Hirsch, Dickie-Geschäftsführer Oliver Naumann und COO Uwe Weiler.



**MEGA BRANDS** hat eine komplette Barbie-Ränge mit Konstruktionsbausteinen entwickelt und Benedicte van der Gucht sowie Bernd Ederer zeigen hier zudem ein tanzendes Piano aus der Vorschulreihe „First Builders“.

ROLLY TOYS

## Ergonomisches Design

Jubiläum mit dem „Claas Xerion“ für die Kleinsten – „Valtra T 163“ bei den originalnahen Fahrzeugen der Lizenzbaureihen im Maßstab 1:4 – Gelbe Baulinie und funktionelles Zubehör

Franz und Rosa Schneider gründeten 1938 die Franz Schneider GmbH & Co. KG. „Auch heute, 75 Jahre später, ist das Unternehmen mit der arrivierten Marke Rolly Toys bestens aufgestellt“, so Frank Schneider, der nach seinen Eltern Gernot und Irmgard Schneider die Geschäfte in Neustadt bei Coburg heute verantwortlich führt.

Als Premiummarke zeigt Rolly Toys auch 2013 neben viel Bewährtem praktische Erweiterungen des Sortiments „Made in Germany“: Der „RollyMinitrac Claas Xerion“ mit Flüsterreifen und stabiler Achsschenkelenkung hat eine modellmäßig konturierte Motorhaube mit Ablagefläche darunter. Es gibt ihn auch

als „John Deere R-Series“ und mit entsprechendem Trailer.

Das Farmtrac-Segment wird durch den Tretraktor „Valtra T 163“ in zwei Ausstattungsvarianten bereichert. Neu ist die gelbe Baulinie „New Holland Construction“ mit zunächst drei Modellen. Als funktionelles Zubehör wird für die zweite Jahreshälfte die Anbaukehrmaschine „Sweepy“ in zwei Versionen angekündigt – natürlich wieder TÜV/GS geprüft und mit der 3-Jahres-Pro-Stabil-Garantie versehen.

 *The „RollyMinitrac Claas Xerion“ is all the rage for the little ones from 18 months on; it is also available in a „John Deere R-Series“ version or with a trailer.*



Der Claas ist nach John Deere und Fendt der dritte Minitrac mit modellmäßig konturierter Haube

WBCP

## Hobbit Award

Warner Bros. Consumer Products EMEA (WBCP) zeichnet heute drei Lizenzpartner mit dem „Hobbit Award“ aus: Vivid Deutschland für die Aktion mit Rossmann als „Best Retail Partner“, den Franckh-Kosmos Verlag für „Commercial Performance“ und Lego für die „Best Consumer Advertising Campaign“.

# Stunt scooter 2013



Halle 12.0  
Stand D-06

**AUTHENTIC**  
SPORTS & TOYS

Authentic Sports & Toys GmbH  
Im Wiedenbusch 14 / 58099 Hagen  
tel: +49 2331 628988-0 / fax: +49 2331 628988-8  
mail: t.ludwig@authentic-sports.de



**AUTHENTIC SPORTS & TOYS** wurde von Thomas Ludwig gegründet und präsentiert in Nürnberg u. a. diesen Stuntscooter „Krank“. Skateboards und Aluscooter mit 125 mm bis 205 mm großen Rollen runden das Sortiment ab.



**PLAYMOBIL** führt ab September die Kinder mit sechs Sets ins „Asia-Draachenland“ – Entwicklungschef Bernhard Hane und sein Team haben wieder zahlreiche raffinierte Spielfunktionen integriert.



**UNIVERSAL TRENDS** vertreibt die Bullyland-Welten und Gf. Andreas Chevalier (li.) sowie Prokurist Marcus Abt machen per individuellem QR-Code, verlinkt zu ZDF-Videoclips, die Spieltiere „lebendig“.



**SABLON** hat ein faszinierendes Vorschul-Programm – Sebastian Budich zeigt hier den interaktiven „BotSee“ mit mimischen Bewegungen, der die bekannte Roboter-Kollektion von WowWee abrundet.



**SCHLEICH**-Gf. Paul Kraut mit der sich räkelnden Schlumpfine – zum zweiten Kinofilm der kleinen blauen Freunde gibt es gleich zwei neue Figuren-Serien zum Sammeln und Verschenken.



STADLBAUER

## Die Turtles sind zurück

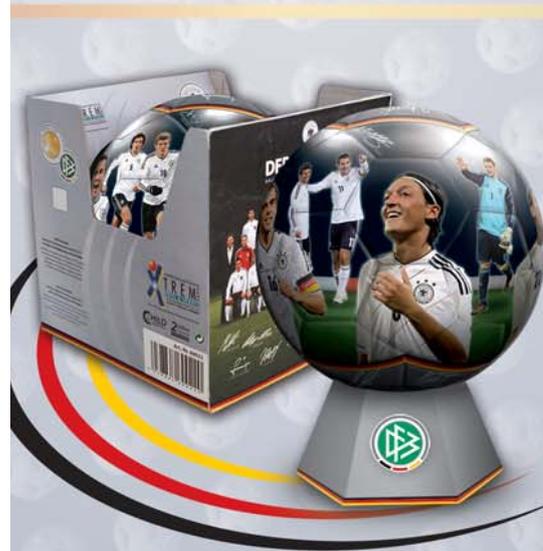
Stadlbauer hat sich den Vertrieb für die Teenage Mutant Ninja Turtles (TMNT) für Deutschland, Österreich und osteuropäische Länder gesichert. Das neue Sortiment rund um die bekannten Charaktere hat es in sich: Im Basic-Sortiment kämpfen die Actionfiguren Leonardo, Donatello, Raphael und Michelangelo sowie Meister Splinter und das Mädchen April gegen ihre bösen Gegenspieler bestehend aus Shredder, Foot Soldier und den Kraangs. Alle Figuren haben Gelenkpunkte und sind mit viel Zubehör wie Waffen und Waffenhalterungen ausgestattet. Richtige Ninjapower-Sounds liefern die TMNT-PowerSoundFX-Figuren: Beim Ziehen an Armen oder Beinen ertönen Kampfschreie. Je länger man daran zieht, desto länger hält der Kampfschrei an. Jede Figur spricht verschiedene Sätze und verfügt über mehrere Soundeffekte.

Beim Sewer Spinnin' Skateboard steigen die Turtles aufs Brett: Mit dem Ninja-Battle-Boost-Feature verfügt das Skateboard über einen motorisierten Kreis, mit dem es zehn verschiedene Tricks aufführen kann. Rippin' Rider hat alles, was nötig ist, um Shredder aufzuhalten. Die

seitlichen Raketen lassen sich mit einem einfachen Knopfdruck abfeuern. Weitere Fahrzeugaction liefern das Ninja Stealth Bike, das sich perfekt tarnen lässt, und der Turtles Shellraiser, bei dem per Knopfdruck die Seitentüren aufschwingen und eine Turtles-Actionfigur herausrutscht. Ein weiteres Turtles-Highlight ist das Secret Sewer Lair Spielset: Aufgebaut über 100 cm hoch, enthält das Spielset viele Features.

Wer lieber selbst ein Turtle sein will, greift zu Leonardos elektrischem Tarn Schwert, das über coole Licht- und Soundeffekte sowie zwei Spielmodi verfügt. Eine komplette Ninja-Kampfausrüstung gibt es in den verschiedenen TMNT-Rollenspiel-Sets, bei denen Kids ab 4 Jahren mit Turtles-Augenbinden, Schwert, Nunchaku, Sai, Bo und Wurfsternen in die Rolle ihrer Lieblinge schlüpfen können.

 *The range of action figures allows for performing many fascinating role games accompanying the TV series, Teenage Mutant Ninja Turtles (TMNT). The wide array of different features looks set to appeal to children from 4 years on.*



 Halle 12.0  
Stand D-06

© DFB 2013

**SPIELZEUG** international

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

Foyer Halle  
12.0



 manufactured under licence by  
**X TRE M** 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



Die Trend- und Order-Messe des Handels.

KÖLN / COLOGNE



## 17. INTERNATIONALE AKTIONSWAREN- UND IMPORTMESSE

Alle Bereiche des Handels  
300 internationale Aussteller  
24.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche

26.–28. Februar 2013

Kölnmesse, Halle 10.2

Jetzt Ihr **gratis Ticket** bestellen!  
[www.iaw-messe.de](http://www.iaw-messe.de)



NEWS --- NEWS --- NEWS --- NEWS --- NEWS

FACHGRUPPE SPIEL

## Inlandsumsätze stabil, Auslandsumsätze steigend

Mit erneut rund 350 Mio. € erwies sich der Jahresumsatz 2012 bei Spielen und Puzzles einmal mehr als weitgehend schwankungsfreie und tragende Säule des Gesamtspielwarenmarktes. Die Umsätze im Export konnten im Branchendurchschnitt um ca. 5 Prozent gesteigert werden.

„Klassische Kinder- und Familienspiele sind ein fester und in ihrer Attraktivität nur schwer zu erschütternder Bestandteil unserer gesellschaftlichen Kultur.“ Dies, so der 1. Vorsitzende der Fachgruppe Spiel, Hermann Hutter, zeige sich nicht zuletzt auch in der bemerkenswerten Konstanz,

mit der sich der Spieleumsatz in Deutschland im europäischen Vergleich auf sehr hohem Niveau hält. Hutter: „Insbesondere die in Deutschland gewachsene Spielkultur darf für sich in Anspruch nehmen, dass sie sich während der letzten fünfzehn Jahre in ganz Europa, ja selbst in den USA, zu einem herausragenden deutschen Exportschlager entwickelt hat. Und dies nicht allein unter materiellen, sondern insbesondere auch ideellen Gesichtspunkten. Deutschland hat, wenn man so will, auch die Begeisterung für Gesellschaftsspiele exportiert.“

SCHMIDT SPIELE

## Bestseller „Qwirkle“

Der Umsatz von Schmidt Spiele, 2011 bilanzierte der Berliner Verlag mit 50 Mio. € erstmals auch die Zahlen der Schwestergesellschaft Kiddinx, betrug in 2012 etwas über 46 Mio. €. Gf. Axel Kaldenhoven freute sich aber über ein stabiles Fachhandelsgeschäft, aber die Schlecker-Insolvenz belastet mit einem Umsatzausfall von deutlich über 1 Mio. € das Ergebnis. Vom „Spiel des Jahres 2011“ wurden rund 400.000 Exemplare verkauft – der prämierte Legespiel-Taktiker „Qwirkle“ war mit mehr als 200.000 abgesetzten Spielen auch 2012 einer der Bestseller des

Unternehmens, das für Spiele, Puzzles, Plüsch und digitale Entertainment-Produkten von Kiddinx bekannt ist.

2014 feiert der Klassiker „Mensch ärgere Dich nicht“ den 100. Geburtstag.

For 2012 the board game publisher Schmidt Spiele reported net sales of approx. €50 million with sister company Kiddinx compared to €46 million with bestseller “Qwirkle” in 2011.



Bei dem dreidimensionalen Spielplan des kooperativem Würfel-Brettspiels entsteht die wundervolle Welt der beliebten TV-Serie – alle helfen Mia, Prinz Mo und Yuko (Mia and me – Rettet Centopia)

Brandneu im Internet  
Jetzt reinklicken und  
kostenlos dabei sein

# Galileo GENIAL

Die geniale online-erlebniswelt  
für Kinder zum spielen und lernen

unendliche Gestaltungsmöglichkeiten

Geniale spiele

Knifflige rätsel

spannende videos

packende Lerngeschichten

sicheres umfeld

sehen, staunen,  
spielend verstehen!

[www.galileo-genial.de](http://www.galileo-genial.de)

Lizenz durch:



**ProSiebenSat.1  
Licensing**

[www.ProSiebenSat1Licensing.com](http://www.ProSiebenSat1Licensing.com)

Nähere Informationen zu den Lizenzthemen:  
Tel.: +(89) 9507-8600 · Fax: +(89) 9507-8700  
[Licensing@ProSiebenSat1.com](mailto:Licensing@ProSiebenSat1.com)

Vermarktung durch:



**SevenOne  
AdFactory**

[www.sevenone-adfactory.de](http://www.sevenone-adfactory.de)

**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**

Besuchen Sie uns im Foyer Halle 12.0

**SPiELZEUG** international  
 Spielwarenmesse Nürnberg

**Kids&Bricks**<sup>®</sup>  
 Furniture + Puzzle



[www.kids-bricks.com](http://www.kids-bricks.com)  
**Hall 4 B-29**

**wondercandle**  
 Feiner Kuchen in der Dose

aufpassen  
 einstecken  
 abbrennen  
 lecker löffeln  
 scannen



**wondercandle**  
 Feiner Kuchen in der Dose

[www.wondercandle.com](http://www.wondercandle.com)  
 email: info@wondercandle.com  
 Tel. +49(0)7243 52 46 93  
 Fax +49(0)7243 52 46 95

CRAZE

## Imperiale Energie

Die Schlagarmbänder „Star Wars – Clone Wars“ ermöglichen eine starke Identifikation mit den Charakteren der großen Saga von George Lucas – Attraktive PoS-Konzepte für die angesagten Trendartikel

Für alle „Star Wars“-Fans sind die coolen „Slap Snap Bands“ von Craze im Frühjahr und bei Outdoor-Aktivitäten sicher tolle Accessoires: Mitglieder und Verbündete des Jedi-Ritter-Ordens geben sich mit diesem Statussymbol zu erkennen. Das breite „Star Wars“-Band verleiht dem Träger imperiale Energie und berechtigt zum Zutritt in den erleuchteten Kreis der Auserwählten.

Die Silikon-Schlagarmbänder sind mit einem sehr aufwendigen Druckverfahren ganzflächig mit vierfarbigen Motiven versehen und schließen super, die „Shaped Bands“ sind sogar mit einer innovativen Stanzung versehen. Diese „Slap Snap Bands“ generieren sehr schnell gute Umsätze. Craze präsentiert am Stand, wie mit den attraktiven Trendartikeln unterschiedliche Warenpräsentationen umgesetzt werden können. Zu den 12 Motiven gibt es händlerfreundliche VPEs von 12



Die Lizenzschlagarmbänder „Star Wars“ aus Silikon gibt es in unterschiedlichen Varianten



Bilder auf dem Thekendisplay animieren zum Sammeln der Armbänder – Anakin Skywalker, Obi-Wan Kenobi, Droide R2-D2 oder Yedi-Meister Yoda haben eine große Fangemeinde

Stück pro Display. In den Folienbeuteln ist zudem eine Sammelübersicht enthalten.

 The new „Slap Snap Bands“, which are being introduced this spring, are amazing trend products for all Star Wars followers. The wide silicon slap arm bands are fully printed in four colours and come with a myriad of motifs.

„Schau mal, was gespielt wird!“

Da stehen einfach alle drauf: Kompetente Marketing-Linien, ideenreiche Sortimente und bester Service. Überzeugen Sie sich von unserem Leistungskonzept:

**idee+spiel**<sup>®</sup>  
 ... immer eine Idee besser



idee+spiel-Business-Center  
 NCC Ost in der 1. Etage  
[www.idealundspiel.com](http://www.idealundspiel.com)



RAVENSBURGER

# Innovation „Complete Puzzle Set“

Dekorativer Wandschmuck mit sechs verschiedenen Motiven – Die 500-teiligen Puzzles lassen sich in der Schachtel zusammensetzen, der Bilderrahmen-Rand wird einfach nur ausgeklappt

Die Schachtel beim „Complete Puzzle Set“ ist kaum größer als die eines gewöhnlichen 500-Teile-Puzzles, bietet aber reichlich Platz zum Sortieren und Zusammenfügen des Motivs: Ab Mai



gibt es „Südsee-Flair“, „New York“, „Schillernder Ozean“, „Cappuccino“, „Unzertrennlliche Haustiere“ und „Afrikanische Elefanten“. Klappt man die Seitenwände des Bodens beim praktischen Puzzle auseinander, erscheint ein dekorativer Bilderrahmen als natürliche Fortsetzung des Motivs. Die innere Kante hat passende Nasen für die Teile, die sich einfach von außen nach innen anlegen lassen. Vier große, illustrierte Sonderteile machen die flachen Ecken stabil



Die praktischen Puzzle-Sets gibt es ab Mai in sechs verschiedenen Varianten

– es entsteht ein imposantes Puzzlebild im Format 57 x 44 cm. Der Anstrich mit dem beiliegenden Puzzleconserver verbindet die Teile dauerhaft, ohne dass die typische Puzzle-Struktur verloren geht. Auf die Rückseite wird der Aufhänger geklebt und im Nu ist das selbst gepuzzelte Motiv an der Wand zu bewundern.

**BRUMMEL**  
DER GESCHICHTENBÄR

ICH ERZÄHLE  
DIR WUNDERBARE  
GESCHICHTEN...



Geschichten unter  
[www.mein-brummel.com](http://www.mein-brummel.com)  
kaufen ...



... auf Brummel übertragen ...

... und schon wird Brummel  
zum Geschichtenerzähler!



Halle 6 Stand C35  
**STADLBAUER**



WALT DISNEY COMPANY

## Silberne Autos und rasante Flugzeuge

Passend zur Spielwarenmesse bringt die Walt Disney Company im Frühjahr 2013 zusammen mit den „Cars“-Lizenznehmern Mattel und Simba Dickie Group eine „Silber Limited Edition“ von „Cars“ in den Handel. Die Idee und das Konzept der „Silber Limited Edition“ von „Cars“ entstand aufgrund einer erfolgreichen Promotions-Kampagne der Firma Mattel gemeinsam mit Toys'R'Us und der Walt Disney Company. Bereits im Sommer 2012 hatte ein silberner „Lightning McQueen“ für Begeisterung gesorgt. Von dieser Euphorie getrieben, war es ein logischer Schritt, im Frühjahr mit einer silbernen Linie auf den Markt zu kommen. Darüber hinaus ist das neue Design die perfekte Ergänzung zum roten „Cars“-Programm, welches bereits seit Jahren Kinder begeistert.

### Mit „Planes“ geht es hoch hinaus

Aus der Welt von „Cars“ kommt am 29. August das actiongeladene Animations-Abenteuer „Planes“ in die deutschen Kinos. Erzählt wird liebevoll die Geschichte

des kleinen Sprühflugzeugs namens „Dusty“, der ganz hoch hinaus will. Täglich dreht er seine Runden über die Felder der beschaulichen Propwash Junction. Doch insgeheim wünscht er sich sehnlichst, wie seine Vorbilder, Rennflugzeuge und Kunstflieger, zu sein. Bestärkt durch seinen Mentor „Skipper“ verwirklicht er eines Tages seinen Traum und nimmt am größten Flugzeugrennen der Welt teil. Anfangs noch von vielen belächelt, bahnt sich „Dusty“ seinen Weg – große Abenteuer mit inbegriffen. Doch kann ein kleines Propellerflugzeug wirklich mit den besten Fliegern der Welt mithalten? Die Antwort gibt es im Spätsommer. „Planes“ wurde unter der Regie des Emmy-nominierten Klay Hall entwickelt, geschrieben und produziert. Alle Zuschauer können sich auf jede Menge Humor, rasante Flugakrobatik, charmante neue Charaktere und spektakuläre Schauplätze freuen. Mit dem Thema „Flugzeuge und Luftfahrt“ wird das „Cars“-Universum somit ab Sommer 2013 um eine ganz neue Welt bereichert.



REVELL

# Die Revolution geht weiter

Die neuen RC-Cars von Revellutions sind robust, schnell unterwegs und sehen echt cool aus – Genau auf die Zielgruppe der 8- bis 12-Jährigen zugeschnitten

Revellutions-RC-Cars bieten puren RC-Fahrspaß. Nach der Einführung der 1:14-Cars im vergangenen Jahr geht Revellutions im ersten Quartal 2013 mit neuen 1:18er-Modellen an den Start. Doch auch im Maßstab 1:14 präsentiert Revellutions im zweiten Halbjahr weitere interessante RC-Cars. Alle neuen Modelle verfügen

über die für Revellutions typische hochwertige Serienausstattung.

Standard ist bei allen Revellutions-Modellen die hochwertige und übertragungssichere 2.4-GHz-Technik. Sehr innovativ ist auch die Fernsteuerung, die sich sowohl für Rechts- als auch für Linkshänder eignet. Die den 1:14-Cars beiliegende Fernsteuerung besitzt sogar eine drahtlose USB-Verbindung. Zu den modernen und leistungsstarken LiPo-Akkus im steckerlosen Hardcase wird ein Desktop-Schnellladegerät mitgeliefert. Die gesamte Elektronik ist so gut gegen Staub und Wasser geschützt, dass Wasserlachen nicht mehr zu Spielverderbern werden. Beim Race sorgt die mechanische Gangschaltung für volle Motorleistung. Mit



der digital-proportionalen Lenkung kann auch bei Spitzengeschwindigkeit von bis zu 30 km/h stufenlos und präzise gesteuert werden. Die stabilen Chassis-Konstruktionen sind aus schlagfestem High-Tech-Polymer-Kunststoff gefertigt. Für den richtigen Grip sorgen die neuen Niederquerschnittsreifen mit Straßenprofil.

### TV-Kampagne

Der Abverkauf im Handel wird mit aufmerksamkeitsstarken Marketingaktivitäten unterstützt. So werden die neuen Revellutions-Modelle per TV-Werbung direkt und zielgruppengerecht vor allem auf Super RTL, RTL2 und Nickelodeon zu Ostern und Weihnachten 2013 beworben.



**MEGA BLOKS**

**Barbie**  
Build 'n Style!

Besuchen Sie unseren  
Messestand in  
Halle 4-C81,D80

[barbie.megabloks.com](http://barbie.megabloks.com)

©2012, MEGA Brands Inc. All rights reserved. MEGA BLOKS is a registered trademark of MEGA Brands Inc. BARBIE and associated trademarks and trade dress are owned by, and used under license from, Mattel, Inc. © 2012 Mattel, Inc. All Rights Reserved.





CHI CHI  
Things I Love!

CHI CHI Things I love! Jewelry & Accessories  
ZIMEX Trading Ltd.  
Tel: +49(0)6152 187 6250, Fax: +49(0)6152 187 7372  
www.zimex-trading.com, www.chi-chi.de  
Spielwarenmesse International Toy Fair, Halle 1, B 20  
We are looking for distributors!

Foyer Halle 12.0  
SPiELZEUG international



SCHILDKRÖT  
FUN SPORTS

MTS  
Sportartikel  
Vertriebs GmbH

HALLE 8/ E-02  
WWW.MTS-SPORT.DE

SMOBY TOYS

## Spielspaß mit Minnie Maus

Smoby präsentiert für die kommende Herbst-Winter-Saison viel Neues von der zauberhaften Minnie Maus. Ein feines Roleplay-Sortiment bietet kleinen Prinzessinnen ab 3 Jahren vergnüglichen Spielspaß. Die Minnie-Maus-Motive werden als Aufkleber-Bogen mitgeliefert.

„Meine erste Küche Minnie Maus“ ist ausgestattet mit zwei Herdplatten, Backofen und einer geräumigen Arbeitsfläche, die durch zwei ausklappbare Flügel erweitert werden kann. Liebevoll mit Minnie-Maus-Motiven gestaltetes Zubehör sorgen für noch mehr Spielwert.

Die fröhliche „Minnie Maus Mini-Küche“ im praktischen Tragekoffer begleitet kleine Küchenfeen überall hin und ist dabei ausgestattet wie eine große Küche. Zahlreiches Zubehör ergänzen die umfangreiche Ausstattung.

Kleine Naschkätzchen werden vom entzückenden „Minnie Maus Süßigkeiten-Shop“ begeistert sein. Neben vielen Zubehörteilen gibt es auch eine mechanische Registrierkasse, eine Spielkreditkarte und Münzen sowie einen Einkaufskorb.



Der hübsche „Minnie Maus Picknick-Korb“ mit zweigeteilter Abdeckung und einem praktischen Tragegriff begleitet bei spannenden Ausflügen. Gefüllt ist das Körbchen mit bezauberndem Minnie-Maus-Zubehör.

Das „Minnie-Maus-Porzellan-Kaffee-Geschirrset“ beinhaltet neben Kaffeekanne mit Deckel, Milchkännchen und einer Zuckerdose mit Deckel auch vier wunderschöne Kaffeetassen mit Untertellern.

🇬🇧 *Featuring the charming Minnie Mouse, the kitchen, the picnic hamper and the coffee service from Smoby Toys are sure to offer a lot of playing fun for little princesses*

Halle 4 F 39

# PlayMais®



Eine Box voller Kreativität!



Entdecken Sie die neuen PlayMais® MOSAICS.

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

KAYFORD

# Knuffige Rabbids

Die Kayford Holdings Ltd. aus Hongkong hat bereits viele Lizenzthemen erfolgreich umgesetzt und stellt auf der Spielwarenmesse auch zu den „Raving Rabbids“ ein interessantes Portfolio vor. Zum Videospiel wurden von Nickelodeon und Ubisoft 78 CGI-Episoden mit je 7 Minuten entwickelt – die kleinen Häschen wurden 2006 von Ubisoft ins Leben gerufen. Für dieses Jahr kündigt Nickelodeon die weltweite Ausstrahlung einer TV-Serie zu den beliebten



Chaoten an. Die Rabbids aus den äußerst erfolgreichen, urkomischen Videospiele haben bereits Millionen Fans auf der ganzen Welt: Die freundlich-überdrehten Wesen mit ihren großen Kulleraugen sind bereits aus einer ganzen Serie von Konsolen-Games bekannt. Im Kayford-Programm sind Puppen, Plüsch sowie Spiel- und Actionfiguren. Gf. Markus Kerschensteiner erwartet sich viel Unterstützung durch die zum Spiel passende, schräge und durchgeknallte Fernsehserie.

*The Hong Kong based Kayford Holdings Ltd. successfully implemented a variety of licensed brands – this year MD Markus Kerschensteiner welcome the crazy Rabbids: Nickelodeon and Ubisoft announce to broadcast worldwide 78 episodes about this popular brand, known from the highly successful video games.*

## Metallbaukästen mit Lizenzen Metal Model Kits with Licences



**ADAC**  
Rettungshubschrauber  
NEUHEIT 2013

**KRONE**  
BIG X 1100  
Feldhäcksler  
NEUHEIT 2013



**LIEBHERR**  
Raupenbagger  
NEUHEIT 2013

**NEW HOLLAND**  
T8.390  
NOVELTY 2013



**CHALLENGER**  
MT 885 C  
NOVELTY 2013

**CLAAS**  
Mini Series 1:32  
für Einsteiger  
NEUHEIT



Internet: [www.tronico.de](http://www.tronico.de)

Nürnberger  
Spielwarenmesse 2013  
Halle: 12-0 C-08

# Spielwarenmesse

International Toy Fair

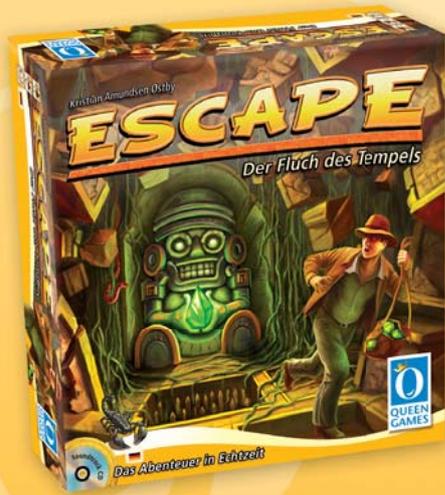
Nürnberg 2013:

Halle 10.1

Stand C-02



## Der neue Klassiker



A new trend – don't miss it!

In 2 Minuten gelernt  
In 10 Minuten gespielt



Connecting Generations

www.queen-games.de



Aus „Mega Bloks“-Teilen konstruierbare Pool-Landschaft für Mini-Fashion-Barbie und ihren Freund Ken

MEGA BRANDS

## Große Barbie-Party

Am Donnerstagnachmittag veranstaltet Mega Brands zur neuen Konstruktionsspielzeug-Linie eine große „Mega Bloks Barbie Party“ am Messestand. Da werden die vielfältigen Möglichkeiten für Kinder ab 4 Jahren vorgestellt, denn die bunten Baustein-Sets lassen Mädchenwünsche in die Realität werden: Je eine kleine „Mega Bloks Barbie“ steht im Mittelpunkt – ob in der „Build 'n Style Fashion Boutique“, im repräsentativen Haus „Build 'n

Style Luxury Mansion“ oder im „Build 'n Style Pet Shop“ mit vier entzückenden Haustieren zum Pflegen und Verwöhnen. Ein pinkes Cabrio lädt zu Entdeckungstouren ein und das Set sorgt für viel Fashion-Spaß. Beim Eiscremwagen kann die Mini-Barbie im Extra-Outfit die Wünsche der Kunden im Sommer erfüllen. Am Fashion-Stand wählt sie für ihre nächste Party aus den süßesten Kleidern, Hüten und Accessoires das Passende aus. Die 19 Mini-Fashion-Figuren laden zum Sammeln ein.

Natürlich werden auch die weiteren Sortimente wie „First Builders“ oder die Kollektionen zu angesagten Lizenzen wie „Hot Wheels“ oder „Skylanders“ angemessen in Szene gesetzt.



Tanzendes Piano „Billy Beats“ aus der Vorschulreihe

From the „Build 'n Style Fashion Boutique“ to the „Build 'n Style Luxury Mansion“ with eight rooms to create and customize, Mega Bloks Barbie lets girls build, design and decorate again and again.

SPIELZEUG international

Besuchen Sie uns auf unserem Messestand! Sie finden uns im Foyer der Halle 12.0. Hier erhalten Sie **kostenlos** unsere drei **messtrends**-Ausgaben.





EASTCOLIGHT



# Mikro- und Teleskope

Für technisch hochwertige Produkte und Innovationen ist das Unternehmen Eastcolight mit Headquarter Hongkong seit Jahren bekannt. In diesem Jahr werden mehrere Mikroskope und Teleskope präsentiert. Das „3D Digital Microscope“ mit 2-Megapixel-Sensor und

50- bis 450-facher Vergrößerung über PC ermöglicht mit Horizontal- (360°) oder Vertikaldrehung (180°) eine Betrachtung aus unterschiedlichen Perspektiven. Es hat eine praktische Geschwindigkeitsregelung der Rotation, große Tiefenschärfe, eine Zwei-Wege-Lichtquelle für transparente als auch feste Proben, Video- und Foto-Erfassung (2-D bzw. 3-D) sowie USB-Interface. Im Set enthalten sind Petrischale, zwei vorbereitete und zehn Blankoplättchen sowie Pinzette.

Auch 15 verschiedene Hand-Teleskope sprechen Nachwuchsforscher mit ihren Features und Farben an. Mit stabilem Dreibein ausgestattet sind die unterschiedlichen Power-Teleskope mit 40 mm Brennweite für die Naturbeobachtung.



Forscher können mit dem „3D Digital Microscope“ die Welt im Kleinen erkunden, Teleskope holen weit entfernte Objekte ganz nah heran

 *Harmony, Honesty, Innovation and Excellence are the business motto of Eastcolight, which is credited with bringing quality microscopes, telescopes, binoculars, and other fine optical devices to the mass and specialty market, e.g. this “3D Digital Microscope“ with convenient rotation speed control and multi-angle object viewing.*



 made in Germany

ZIMEX

## Snap-on mit Chi Chi

Die beliebte und erfolgreiche Charm-Kollektion wurde um eine „Weltneuheit“ erweitert – Chi Chi Snap-on-Charms und Accessoires. Dabei handelt es sich um Charms (Glücksbringer) mit Druckknopf, die in jedes Snap-on-Accessoire wie Armbänder, Ringe, Gürtel, Taschen, Wristlets etc. passen. „Create your own Style“ – damit wird jedes Accessoire einzigartig – ganz nach eigenem Geschmack. Alle Teile werden überwiegend handgefertigt, die Snap-on-Charms sind handbemalt oder emailliert.



 *The popular and successful charm-collection has been expanded by a novelty. The new and worlds first and only Chi Chi Snap-on charms and accessories. Button-charms which fit in all Snap-on accessories like bracelets, rings, belts, bags, wristlets etc. Each accessory will be unique. All parts are mainly handmade. All Snap-on charms are painted and enameld by hand.*



Franz Schneider GmbH & Co. KG

D 96465 Neustadt bei Coburg  
info@rollytoys.de  
www.rollytoys.com





**EASTCOLIGHT**  
(HONG KONG) LIMITED

Hall 6, A22-B23

Gift



Monster Park

#1601

Monster Sponge

#1602

Monster Stamp

#1603

Monster Cool

Happy Birthday

COOL!

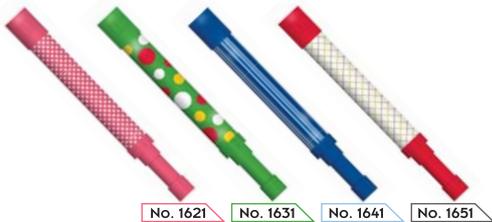
#1604

Monster Moody

#1605

Monster Octopus

15X HANDHELD TELESCOPE



No. 1621

No. 1631

No. 1641

No. 1651

30 POWER 40MM TERRESTRIAL TELESCOPE WITH TRIPOD



No. 1622

No. 1632

No. 1642

No. 1652

HONG KONG HEAD OFFICE & SHOWROOM:

Room 1108 - 1110, Peninsula Centre,  
67 Mody Road, Tsim Sha Tsui East,  
Kowloon, Hong Kong.

TEL: (852) 2333 6688 (16 Lines)  
FAX: (852) 2366 8438, (852) 2334 1060

E-MAIL: info@eastcolight.com

www.eastcolight.com

© 2013 EASTCOLIGHT (H.K.) LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

NIKKO ENTERTAINMENT

## EVO Pro Line

Ein Relaunch der „EVO Pro Line“ kündigt Nikko zum zehnjährigen Jubiläum der Evolution-Fahrzeuge an. Durch Positionierung als hobbyorientierte RC-Produkte zum massenmarktauglichen Preis wurden in dieser Kategorie bereits über 1,5 Mio. Fahrzeuge im Maßstab 1:14 verkauft. Die riesige Fangemeinde weltweit kann sich auf attraktive Features freuen: Frequenz 2,4 GHz, 100 m Reichweite, „Frequency Hopping“-Technologie für eine ultimative Kontrolle, digitales Motormanagement, patentierte Steuerung (für Links- als auch Rechtshänder), gleichzeitiges Fahren von bis zu 40 Modellen mit einer Geschwindigkeit von ca. 24 km/h, brillante Vacuumbedruckung sowie 1-Stunde-Schnellladegerät & NiMH samt Batteriepack/9V Block.



Der „Porsche 911 GT3R Hybrid“ in der „EVO Pro Line“ hat viele neue Features

Stück ihrer Kindheit wieder zu erleben und mit Altersgenossen sowie Freunden diese faszinierenden Autos zu entdecken! Vertriebspartner für Deutschland und Österreich ist Happy People in Bremen. Nikko plant eine Marketingkampagne von TV über Zeitschriften bis hin zu Social Media wie Facebook und B2B-Partnerschaften für das gesamte Jahr. Neben dem erfolgreichen „VaporizR“ werden drei neue Stunt-Modelle durch konsequentes Multichannel-Marketing 2013 unterstützt.

UK Nikko is celebrating 10 years evolution line with a relaunch and interesting new features. Novelties in Nuremberg are also action cars „Fast & Furious“ and a preschool line with „Angry Birds“ racers.

SABLON

## Roboter-Kumpel

In Verbindung mit einem iPhone oder iPod touch kann der „RoboMe“ sowohl Aussehen als auch Charakter verändern. Dank der eingesetzten Spracherkennung lernt diese Innovation von WowWee beständig neue Namen, Worte und sogar ganze Sätze. So kann sich der „RoboMe“ mit seinem menschlichen Freund unterhalten. Bewegungsspielraum verschafft ein zweites iOS-Gerät, das als Video-Fernbedienung eingesetzt werden kann.

UK Once connected to an iPhone or iPod touch the robot can change its appearance and personality. Thanks to speech recognition „RoboMe“ continually learns new names, words and sentences. A second iOS, used as a video remote control, extends its action radius.



RCB

# Wondercake versüßt den Tag



Der neue Wondercake der Two be RCB GmbH in Ettlingen zaubert ein Lächeln ins Gesicht, verwöhnt die Sinne, zergeht auf der Zunge, streichelt die Seele... Einfach nur die Dose öffnen, Wondercandle in den Kuchen stecken, anzünden, abbrennen, sich freuen und dann lecker löffeln.

Der Wondercake ist rundum „Made in Germany“. In einer traditionsreichen und innovativen Familienbäckerei im Schwarzwald, in der seit 110 Jahren in der

3. Generation feine Backwaren gefertigt werden, wird der Wondercake-Rührkuchen exklusiv für RCB aus naturbelassenen und hochwertigen Zutaten hergestellt und in der Dose gebacken. Der beiliegende Holzlöffel aus Buchenholz ist aus nachhaltiger Forstwirtschaft und wird in Norddeutschland produziert. In Zusammenarbeit mit den Behindertenwerkstätten der Lebenshilfe e.V. in Deutschland wird der Wondercake verpackt und mit der Wondercandle bestückt.

 This tinned pound cake, which can be preserved for 15 months, is made from natural, high quality ingredients in an innovative yet traditional family bakery.

## Mr. Men Little Miss





BeSkully!



**T**  
TONCAR

### Spielwarenmesse International Toy Fair

30/01/13 09.00am – 04/02/13 05.00pm  
 Hall: 11.1 - Booth: A44  
 Nürnberg Convention Center  
 Exhibition Center  
 Messezentrum, 1  
 90471 Nürnberg – Germany

**Let's meet THERE!**

**Toncar Italia Srl**

Via Sondrio, 1-3  
 20835 Muggio (MB) – Italy  
 Phone: +39 039 79 46 12  
 E-mail: info@toncar.net

[www.toncar.net](http://www.toncar.net)  
[www.tpdeck.com](http://www.tpdeck.com)

**Toncar Shanghai Ltd**

No.855, Xiangyang Road, Minhang District Shanghai, China  
 Shanghai – 201108 – China  
 Phone: +86 21 3462 5850  
 E-mail: info@toncarshanghai.com

## HELLO KITTY

Travel Round The World



XTREM

# Kicker, Fotobälle und Fußballtor

Neues DFB-Tisch-Fußball-Sortiment-DFB – Foto-Bälle in verschiedenen Größen – DFB-Retro-Ball der großen „alten Herren“ des deutschen Fußballs

Unter Lizenz des Deutschen Fußball-Bundes DFB stellt die Pirmasenser Xtrem Toys & Sports GmbH auf der diesjährigen Spielwarenmesse in Halle 12.0 erstmals das neue Tisch-Fußball-Sortiment vor. Es gibt die hochwertigen „Tisch-Kicker“ in verschiedenen Größen und in verschiedenen DFB-Designs und Preisklassen. So gibt es den DFB-Tisch-Kicker „Paule“, den DFB-U21-Jugend-Kicker und

den DFB-Turnier-Kicker. Die Fußballtische werden zerlegt geliefert und sind Dank einer bebilderten Aufbauanleitung von Erwachsenen zügig montierbar.

Weiterhin im Sortiment der Xtrem GmbH finden sich die DFB-Fotobälle, die in verschiedenen Präsentationsformen die aktuelle deutsche Fußball-Nationalmannschaft zeigen. Nach der offiziellen Größe 5 gibt es diese Sammler-Objekte, die zum

Kicken viel zu schade sind, 2013 nun auch in der Größe 1 und als Softball mit 10 cm Durchmesser.

Vom international bekannten Karikaturisten Bernhard Prinz stammt der DFB-Retro-Ball der großen „alten Herren“ des deutschen Fußballs in Größe 5. Das Sammlerstück aus PVC ist rundum bedruckt mit Abbildungen der großen „alten Herren“ des deutschen Fußballs und ihre Trainer: Sepp Herberger, Sepp Meier, Franz Beckenbauer, Gerd Müller... Der Ball wird aufgeblasen in einem Geschenkkarton geliefert.



Zum bestehenden DFB-Fußballtor kommt in diesem Jahr das DFB-Trainings-Set U-21 hinzu: Das Set besteht aus zwei Fußballtoren aus Kunststoff zum Zusammenstecken, vier Kegeln, vier schwarzen Torwartfiguren und – damit gleich mit dem Training begonnen werden kann – einem PVC-Fußball in Größe 4, der durch die im Lieferumfang enthaltene Luftpumpe gleich gebrauchsfertig gemacht werden kann.

 *High quality table soccer sets in various DFB designs will be launched by the internationally renowned cartoonist, Bernhard Prinz, alongside photo balls showing pictures of the current German national players and the DFB vintage ball.*



WWW.RUBIKS.COM



# RUBIK'S™



Rubik® and Rubik's Cube® copyrights and trademarks are owned, protected and enforced by Seven Towns Ltd.

RCEE

## Lizenz-Metallbausätze



Die solarbetriebene Windmühle aus 592 Metall- und Kunststoffteilen hat eine Flügelspannweite von 24 cm

Seit Herbst 2011 haben die Tronico-Sets eine große Fangemeinde gefunden und die detailgetreuen Metall-Modelle im Maßstab 1:16 bringen die Generationen beim Konstruieren zusammen. Das bestehende Lizenz-Portfolio wird ständig erweitert und umfasst nun u. a. Lizenzen wie Claas, Fendt, Massey Ferguson, New Holland sowie Challenger, aber auch Unimog, Linde, Krampe und Flugmodelle wie Junkers oder ADAC-Hubschrauber.

Als 1:16-Profimodell wird der Mähdrösch „Claas Lexion 750“ mit abnehmbarem Mähwerk, Kornkammer und

Auswurfbogen in Nürnberg seine Premiere feiern, ebenfalls gezeigt werden eine 50 cm große Bohrinsel mit Solarzellen-Antrieb und Hubschrauber und die Mini-Serie im Maßstab 1:32. Ein Highlight ist die neue Linie „Tronico RC“ mit funkferngesteuerten Traktoren im Maßstab 1:16.

 The model range with licensed printed metal construction kits from Tronico with free-wheel action will be strongly extended this year to more than 65 different articles – Rcee present solar powered Wind Mill and in “Mini Series” (scale 1:32) the tractor “Claas Arion 430” with trailer-summary.



„Claas Arion 430“ mit Kippanhänger in der Mini-Serie (1:32)

# NIKKO NEUHEITEN 2013

NIKKO NR. 1  
BEI INNOVATIVEN  
ACTION FAHRZEUGEN

## VAPORIZR



1-Stunde  
+ Schnell-  
Ladegerät

Super  
Action zu Lande &  
zu Wasser! Voll wassertauglich!  
Allradantrieb!  
Einfach unverwüstlich!  
Superschnell durch 2 Motoren!



Scan' den  
QR Code  
& sieh' Dir das  
Video an!



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

UNIVERSAL TRENDS

# Smarte Spielidee mit edukativem Mehrwert

Schon nach wenigen Monaten der Vertriebskooperation mit Bullyland sah sich die Universal Trends GmbH zu einer Idee inspiriert, die jetzt bei der Spielwarenmesse Premiere feiern kann: Basierend auf von ZDF Enterprise lizenzierten Dokumentarfilmen hat Bullyland unter der Marke „Nature Now!“, „History Now!“



sowie „Fantasy Now!“ traditionelle, hochwertige Spielfiguren entwickelt, die jeweils mit einem individuellen QR-Code geliefert werden. Der den Figuren angehängte codierte „Pass“ ermöglicht via iPhone, iPad & Co. einen smarten Link zu einem zur betreffenden Figur gehörenden ZDF-Videoclip. Der gescannte QR-Code gibt mit bewegten Bildern und auditiver Untermalung spannende Antworten.

Bullyland überträgt diese Idee zum Start unter dem „Nature Now!“-Logo auf Tierfiguren aller Art, so dass Wildtiere ebenso „lebendig“ werden können wie heimische Haus- und Hoftiere. Bei „History Now!“ spielen dann u. a. prähistorische Dinosaurier die Hauptrolle, wohingegen



Elfen, Einhörner, Drachen & Co. die Figurenwelt von „Fantasy Now!“ bevölkern werden.

Zur Einführung dieser innovativen Spielidee wird Universal Trends dem Fachhandel Warenträger mit einem integrierten Videodisplay anbieten, auf dem das Konzept sehr anschaulich vorgestellt und erklärt wird. Da jede der drei „Now!“-Spielwelten einen eigenen Farbraum besitzt, ist eine sehr durchgängige und überschaubare Präsentation möglich. Für Handelspartner, die diese interessante Verbindung zwischen traditionellem Spielzeug und aktueller Technologie besonders herausstellen möchten, hält Universal Trends individualisierte Lösungen bereit.



 *Bullyland's top quality traditional toy figures come with an individual "passport"; the latter's scanned QR code guides the user to moving pictures with audio support. In this way, both wildlife and domestic or farm animals with the "Nature Now!" logo will come alive as will prehistoric dinosaurs from the "History Now" series and fairies, unicorns, dragons etc. in the "Fantasy Now!" range.*

## TRUSTED FOR REAL LIFE

SAFETY, QUALITY AND SUSTAINABILITY SOLUTIONS FOR THE TOY INDUSTRY.  
SICHERHEITS-, QUALITÄTS- UND NACHHALTIGKEITSLÖSUNGEN FÜR DIE SPIELZEUGBRANCHE.

Visit us at Hall 11.1, Stand E-03/F-04.  
Besuchen Sie uns in Halle 11.1, Stand E-03/F-04.

DIE SGS-GRUPPE IST DAS WELTWEIT FÜHRENDE UNTERNEHMEN IN DEN BEREICHEN  
PRÜFEN, TESTEN, VERIFIZIEREN UND ZERTIFIZIEREN.

WWW.SGS.COM | WWW.SGSGROUP.DE



MTS

# Crossboccia jetzt auch bei Dunkelheit

Keine Sperrstunde mehr bei Crossboccia: Die neuen Night-Glow Kugeln machen es möglich. Die spezielle Farbe der Kugeln leuchtet bei Dunkelheit ca. 30 Minuten. Und durch die hochwertige Verarbeitung sind die mit Granulat gefüllten Stoffsäckchen besonders robust und halten Würfen aus extremen Höhen und Entfernungen stand. Ebenfalls brandneu im Sortiment sind die etwas kleineren Minipacks „Rookies“. Durch die Sandfüllung bleiben die Kugeln im 3-dimensionalen Raum besonders



leicht liegen und sind daher gerade für Kinder sehr gut zu spielen. Und dabei hat das gesamte neue Produktsortiment wie immer die exklusiven Merkmale von Crossboccia, das doppelwandige Material und eine Außenschicht aus Ribstop.

 The 3D trend sport "Crossboccia" can also be performed in the dark now. The special colour of the "Night Glow" balls will glow for approx. 30 minutes.

ANZEIGE

Kayford Holdings Ltd.

## Fuleco das offizielle Maskottchen zur FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ zu Gast auf der Spielwarenmesse

Nachdem die in Hong Kong ansässige Kayford Holdings Ltd. bereits eine Vielzahl an Lizenzthemen erfolgreich umsetzen konnte, ist es uns nun gelungen unser Portfolio nochmals deutlich auszuweiten.

Wir laden Interessenten aus aller Welt herzlich ein, unsere neuen Lizenzlinien kennenzulernen, sowie mehr über Fuleco das offizielle Maskottchen und weitere Lizenzprodukte, aus den Bereichen Plüsch, Schlüsselanhänger, Party Items und Car Accessoires zur FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™, kennenzulernen.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen über Kooperationsmöglichkeiten sprechen zu dürfen. Besuchen Sie uns in Halle 1 am Stand C 30.

Geschäftsführer Markus Kerschensteiner und sein Team freuen sich auf Ihren Besuch.

**Kontakt: Kayford Holdings Ltd.**  
**E-Mail: info@kayford-holdings.com**

## Fuleco the official mascot of 2014 FIFA World Cup Brazil™ visits the Toy Fair in Nürnberg

 After the Hong Kong Kayford Holdings Ltd. successfully implemented a variety of licensed brands in the past, we are now able to once again expand our portfolio significantly.

We gladly invite distributors and interested parties from all around the world to find out more about our new license lines, and about the official mascot Fuleco as well as other licensed products in the fields, soft toys, key chains, party items and car accessories for the 2014 FIFA World Cup Brazil™.

We are looking forward to speaking with you about opportunities for cooperation. Visit us in Hall 1 Booth C30.

Managing Director Markus Kerschensteiner and his team are looking forward to your visit

**Contact: Kayford Holdings Ltd.**  
**E-Mail: info@kayford-holdings.com**



Halle 1  
Stand C 30

Hall 1  
Booth C 30

**Kayford Holdings Ltd.**



Sales representative

→ Sales Agent ←

Over 25 year market and industry knowledge, Far East experience, all-rounder with very good relationships to the key customers in Germany, looking for new challenge as free sales representative.

Please contact  
e-mail: valentin\_3@web.de or  
mobile phone: +49 (0)175/8918551

BEST-LOCK

## Sets zur „Stargate“-Serie

Die Produktpalette von Best-Lock – das Unternehmen schaut bereits auf eine 15-jährige Firmengeschichte zurück – umfasst viele Kategorien und das Sortiment wird stetig erweitert. Die erfolgreichen Baustein-Linien „Stargate SG-1“, „Universe“ und „Atlantis“ begleiten die auch über deutsche TV-Sender ausgestrahlten Stargate-Folgen mit ihrer großen Fangemeinde. In Nürnberg werden weitere Sets zu dieser Linie und zur Vorschul-Kollektion

„Benjamin Blümchen“ vorgestellt – brandaktuell ist die Mädchen-Range zur Lizenz „Bibi & Tina“.

The successful "Stargate SG-1", "Universe" and "Atlantis" series of building bricks will delight the huge fan community of the amazing TV series Stargate.

Diese Sets zu „Stargate SG-1“ enthalten über 110 bzw. 750 Teile und lassen die Abenteuer im Kinderzimmer nachspielen



Foyer Halle  
12.0

**SPiELZEUG**  
international

STADLBAUER

## Brummel erobert die Herzen der Kinder

Brummel, der  
liebesswerte  
Geschichten-  
bär



Der Geschichtenbär Brummel unterhält Kinder ab 3 Jahren mit vielen lustigen und spannenden Abenteuern. Alle Kurzgeschichten werden von einem professionellen Autorenteam speziell für Brummel geschrieben und an das Alter der kleinen Bärenfreunde angepasst. Mit seiner süßen, beweglichen Schnauze und dank seiner tierisch raffinierten Technik im Bärenbauch erzählt und singt der kuschelweiche Brummel mit seiner angenehmen Stimme.

Jeder, der sich registriert, bekommt beim Brummel-Kauf noch eine Geschichte gratis dazu. Die stets wachsende Bibliothek bietet Geschichten, Märchen, Gedichte und Lieder in unterschiedlich gestaffelten Preisgruppen, je nach Länge der Geschichte. Eltern und Großeltern können die Inhalte nach dem Einkauf kinderleicht auf dem Benutzer-Account abspeichern und mit dem im Brummel-Set beiliegenden USB-Kabel auf Brummel ziehen.

So einfach geht's in die Brummel-Welt: Die liebevollen Brummel-Geschichten gibt's exklusiv auf [www.meinbrummel.com](http://www.meinbrummel.com).

The constantly growing library of the charming story-teller Brummel, the bear, covers stories, fairy-tales, poems and songs in various price ranges.

# M.I. ARCHER

**EIGHT  
MISSILES  
AT A  
TIME**

# Silverlit®

# M.I. HOVER

**MOTION  
INTELLIGENT**

**A NEW EXPERIENCE OF MOTION CONTROL**

- **AUTO HOVERING TECHNOLOGY**
- **GESTURING CONTROL**

Silverlit Toys Manufactory Ltd.  
All rights reserved.

Head Office : 1701-03, World Trade Centre,  
280 Gloucester Road,  
Causeway Bay, Hong Kong.  
Visit us at : [www.silverlit.com](http://www.silverlit.com)  
HK Tel no : (852) 2834-4168



# HALL 6 - C 11

**Der Direktverkauf von Herstellern in Internetshops ist derzeit ein heißdiskutiertes Thema im Spielwarenhandel – insbesondere im Fachhandel.**

**Zu diesem Thema erreichte SPIELZEUGinternational ein hochinteressanter Beitrag von Rofu-Kinderland-Chef Eberhard Fuchs, der bislang selbst als ein „Hecht im Karpfenteich“ des Spielwarenhandels galt und sicherlich immer noch gilt:**

## Spielwarenhändler, wacht auf! – Ihr liegt in der Schlafkabine auf dem AMAZONas!

Weihnachten ist vorbei, die meisten Spielwarenhändler haben den Trubel gut überstanden, die Einnahmen längst gezählt und schon bahnt sich der Preiskampf für Weihnachten 2013 an.

Am 20.01.2013 konnten Sie einen wunderschönen Bericht über das Expansionstempo von Zalando lesen. Da steht doch tatsächlich in der Zeitung, dass sie in wenigen Jahren einen Umsatz von 1 Mrd. € geschafft haben. Das ist eine Leistung! Stellen Sie sich einmal vor, liebe Kollegen, Freunde und Mitbewerber in der Spielwarenbranche, wie lange Sie und ich gebraucht haben, um auf den jetzigen Umsatz zu kommen und vor allen Dingen dabei noch Gewinn zu machen, und da liegt der Unterschied zwischen uns als stationärem Händler und den Newcomern im Internet. Heute Morgen hörten wir, dass Zalando Mitarbeiter sucht, die sich für das Herbst- und Weihnachtsgeschäft um das neue Spielwaren-Sortiment von Zalando kümmern sollen.

Da gibt es den schönen Spruch „Ein Dummer kann mehr einkaufen wie 10 Weise verkaufen können!“ und den könnte man hier etwas abwandeln: Drei D... (Deutsche) haben eine Idee, finden viele Leute, die nicht wissen wohin mit ihrem Geld, bauen einen Schuhversand auf und nochmals, machen 1 Mrd. € Umsatz und... Verlust!

Wie sie das Unternehmen in die Gewinnzone bringen wollen, stand nicht in der Zeitung. Und wie schwierig das ist, liebe Spielwarenkollegen, das wissen Sie und ich seit langen Jahren! Was haben wir als algediente Kaufluote falsch gemacht?

Wenn Sie sich erinnern, da gab es vor langen Jahren in jeder Stadt zwei bis drei Spielwarenhändler, die im Weihnachtsgeschäft nicht reich wurden, aber soviel Geld verdienten, dass sie in den verbleibenden 9 Monaten ihr Personal bezahlen konnten.

Heute geht das viel einfacher: Man geht zu den großen Arbeitsagenturen und Vermittlungen, stellt staatlich hoch bezahlte Leih-Arbeiter zu niedrigsten Löhnen ein und an Heiligabend dürfen sie dann wieder gehen. Glauben Sie, das wäre die Zukunft? Wen haben wir in unserem Land in den letzten Jahrzehnten schon alles kommen und gehen gesehen? Selbst der weltgrößte Warenhausbetreiber musste nach kurzer Zeit feststellen, dass wir hier in unserem Land im „Milden Westen“ und nicht im „Wilden Westen“ sind. Nach einigen teuren Lehrjahren ist er wieder dort, wo er herkam und dort gehört er auch hin.

Wenn ich dann vor einigen Tagen mehrere Briefe aus verschiedenen Orten Deutschlands bekam, in denen Elternbeiräte von Kindergärten um Spenden für ihr Kindergartenfest gebeten haben, dann ist das seit langen Jahren schon Gewohnheit. Wir mussten allerdings feststellen, dass es immer mehr werden und das Interessanteste ist: Die braven, ehrlichen Mütter schreiben

„Wir hoffen auf Ihre Spende. In unserer Stadt gibt es fast keine Einzelhändler mehr und von denen, die noch da sind, erhalten wir keine Spende“. Das war doch zu erwarten! Jeden Abend wird der Computer angemacht, man sucht stundenlang im Internet den billigsten Anbieter, glaubt, ihn gefunden zu haben und wenn man nachrechnet, wäre der Händler vor Ort zwar ein bisschen teurer, aber man könnte dort Spenden für die vielen Feste und Arbeitseinsätze in verschiedenen Vereinen erwarten. Diese Kunden sollten einmal bei ihrem Internethändler nachfragen, wie er dazu steht.

Genauso geht es mit den Milliardenumsätzen im Schuhgeschäft. Das ist alles schön und gut, man kauft dort schicke Modelle und unter Umständen auch zu günstigen Preisen. Dann haben die Kunden schöne neue Schuhe und wollen mit diesen Schuhen und schicker Kleidung Shopping machen. Plötzlich stellen sie fest, dass der Glanz der Innenstädte verblasst ist, die Rolladen sind runter, man trifft fast keinen Bekannten mehr, sodass man mit seiner schicken Internet-Kleidung einsam und verlassen in einer ehemals blühenden Innenstadt steht.

Das waren nur wenige Punkte, in denen ich die Situation kurz geschildert habe und denke, dass noch viele andere dazukommen.

Handel ist Wandel, auch für mich, und wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit, das weiß ich auch seit langem. Dass im Internet auch keine Bäume in den Himmel wachsen, ist auch jedem Einzelhändler, egal wie klein oder groß, klar, sodass ich mir die Frage stelle: Wo stellt denn in Zukunft die Spielwarenindustrie ihre Schaustücke, Displays und Dekorationen hin? Das alles, was in den letzten Jahrzehnten mehr oder weniger Pflicht war. Hier freuen wir uns schon auf die Gespräche auf der Messe und sind gespannt, welche Ausreden sich welcher Lieferant als Internet-Lieferant einfallen lässt.

Nachdem seit langen Jahren die Zusammenarbeit der einzelnen Spielwarengruppen nicht richtig geklappt hat, ist es jetzt allerhöchste Zeit, gemeinsam Stärke zu zeigen. Nutzen Sie also während der Messe die Chance, über die Probleme zu reden, Lösungen zu suchen und kurz nach der Messe der Öffentlichkeit zu sagen, wie man in Zukunft Spielwaren anbieten will.

Nach dem Motto „Es ist nie zu spät und selten zu früh“ hoffe ich auf viele gute Ideen, richtungsweisende Lösungen, von denen die gesamte Branche profitiert.

Für Rückfragen stehe ich jederzeit zur Verfügung, wünsche allen eine schöne Messezeit und zeichne,  
mit freundlichen Grüßen

Eberhard Fuchs -Geschäftsführer- Rofu.

TONCAR

## Soft und ganz bunt



Das 1967 gegründete italienische Unternehmen Toncar ist spezialisiert auf Promotionartikel, Publishing und innovative Ideen zu unterschiedlichen Lizenzen wie „Kung Fu Panda“, „Filly“ oder „SpongeBob“. Die neue Plüschlinie „Mr. Men and Little Miss“ ist knuddelig-weich und herrlich bunt: Es gibt ganz viele verschiedene Charaktere zum Liebhaben und Sammeln. Zu dieser Lizenz von Roger Hargreaves sind zudem Sticker, Puzzles, Karten, Tassen, Schreibwaren, Geschenkartikel, Schmuck, Kleidung, Taschen, Schlüsselanhänger, DieCast-Modell und 3-D-Figuren im Toncar-Programm. Weitere aktuelle Kollektionen werden in Nürnberg zu „Be Scully!“ sowie „Hello Kitty“ gezeigt. Für die Handelspartner wurden aufmerksamkeitsstarke Displays mit Header für den PoS konzipiert.

🇬🇧 *Toncar with 43 years of experience offer three-dimensional products in different materials, gifts, premiums, stationery and guarantee the best quality at a competitive price. Soft and colorful is the new plush line “Mr. Men and Little Miss”.*

CARLETTO / WOOKY

## Tolle Kreativ-Sets

Seit 2013 hat Carletto Deutschland auch die innovativen Linien von Wooky Entertainment im Portfolio. „Style Me Up!“ ist das coole Sortiment mit funky Sketchbooks und vielen Kreativ-Sets zum Herstellen von glitzerndem Schmuck, schimmernden Tattoos oder Gürtelschnallen für zukünftige Designerinnen. Die Linie „Design Master“ mit Lamborghini, Ford Rally und GT zeigt beliebte Lizenzen für angehende Rennfahrer: Sketchbücher mit Stickern, Malschablonen und Zeichenblättern sind perfekt für Jungs ab 7 Jahren.



„Block Crayons“ versprechen kreativen Malspaß für Kinder ab 18 Monaten: Die Wachsmalkreiden schmelzen nicht in der Hand, sind geruchlos, wasserabweisend und damit perfekt fürs Kinderzimmer oder Auto. „Artzooka!“ zur coolen Bastelshow auf Nickelodeon ist Basteln, Staunen und Fantasieren pur.



🇬🇧 *Wooky Europe with German distribution partner Carletto announce again innovative, fresh and fashion-forward products with excellent value for money: for pre-school children “Block Crayon”, for creative children “Artzooka”, a new range of “Style Me Up!” and for boys the “Design Masters” range.*

### Sehr verehrte Aficionadas und Aficionados,

während der Spielwarenmesse können Sie in der **Casa del Puro** (alle renommierten Zigarrenmarken der Welt) und der **La Casa del Habano** (exklusive Zigarrenausswahl aus Kuba inklusive der Limitatas und Ediciones Regionales – darunter die Zigarren der Spitzen-Marken Cohiba, Montecristo, Romeo y Julieta, Hoyo de Monterey, Bolivar, La Gloria Cubana, Trinidad, Partagás, Punch und H. Upmann) während der offiziellen Geschäftsöffnungszeiten zwischen 11 und 19 Uhr erwerben und/oder vor Ort verkosten.

Zusätzlich können Sie diese feinste Zigarrenausswahl von **Mittwoch, 30. Januar, bis Samstag, 2. Februar**, jeweils ab 19 Uhr bis Mitternacht in der exklusiven Zigarrenlounge im 2. Stockwerk der La Casa del Habano (ca. 40 Sitzplätze sowie 10 weitere im stilvollen Che Guevara-Nebenzimmer) nach verbindlicher telefonischer Anmeldung unter +49 911 974669-0 oder per E-mail an [fm@michel-cigarren.de](mailto:fm@michel-cigarren.de) (eine Anmeldung ist wegen des Bayr. Nichtraucherschutzgesetzes zwingend erforderlich) zusammen mit einer Auswahl von erlesenen Getränken, darunter auch Cocktails, in angenehmer Umgebung genießen.

Auf Ihren Besuch freuen sich Gabi und Friedmar Müller mit dem Casa-Team

**Fine cigars and drinks in Nuremberg – 7 p.m. till 12 p.m. – with reservation only –**

**Please call or e-mail us: +49 911 974669-0 or [fm@michel-cigarren.de](mailto:fm@michel-cigarren.de)**



NEWS

ASMODEE

## Vertrieb von University Games

Ab Februar 2013 übernimmt Asmodee den exklusiven Spiele-Vertrieb von University Games in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz. Bestseller wie „Anti-Monopoly“, „Querdenker“ oder „Mord im Mondschein“ kennzeichnen das Programm von University Games. Diese und weitere Titel wie auch zur Erfolgslizenz „Greg's Tagebuch“ ergänzen das Produktportfolio der Familien- und Partyspiele bei Asmodee Deutschland. Sie zeichnen sich durch ihre pfiffigen Mechanismen und leichten Regeln aus, die sie in jeder Runde zu einem Highlight werden lassen.

HCM KINZEL

## Vertrieb von Plastwood für DACH

HCM Kinzel hat für Deutschland, Österreich und die Schweiz den Vertrieb von Plastwood übernommen. Super-Maxi und Tryron richten sich an Kids ab 3 Jahren, Kliky ist sogar schon für Kleinkinder ab 1 Jahr geeignet. Die drei neuen Plastwood-Linien erfüllen die neuesten Sicherheitsstandards der EU-Norm EN 71-1 A8 und der Spielzeugrichtlinie 2009/48/EG für Magnetspielzeug.



PIKO

## Erneut zugelegt

Am 22. Januar 2013 gab Piko-Inhaber Dr. René F. Wilfer bekannt, dass der Sonneberger Modellbahnhersteller mit weltweit über 580 Mitarbeitern ein Umsatzplus von 2 Prozent im vergangenen Jahr erzielte – im deutschen Fachhandel sogar ein Plus von über 10 Prozent. Im Werk im südchinesischen Chashan sind inzwischen über 408 Mitarbeiter für Piko tätig. Neben den USA mit eigener Vertriebsgesellschaft in San Diego habe sich der Umsatz in Russland äußerst positiv entwickelt.

PLAYMOBIL

# In Großbritannien erfolgreich

Playmobil UK startet ins neue Spielwarenjahr so erfolgreich, wie das alte Jahr abgeschlossen wurde. Nach einem zweistelligen Wachstum in 2012 sorgte Playmobil während der London Toy Fair gleich zweifach für positive Nachrichten. Das Polizei-Hauptquartier mit Alarmanlage,

Neuheit im englischen Markt, wurde von der British Toy & Hobby Association mit der Auszeichnung „Best New Toys 2013“ in der Preschool-Kategorie ausgezeichnet. Gleichzeitig wurde das neue Playmobil-Standkonzept auf der Messe als „Best Designed Stand 2013“ prämiert.



Die Playmobil-UK-Vertriebsmannschaft mit ihrem Leiter, Graham Brennan (Dritter von rechts), vor dem Eingang des im Westernfort-Stil gestalteten neuen Playmobil-Messestandes auf der London Toy Fair

DVSI

# Holz gegen Toys 3.0

Die Fachgruppe Holzspielzeug e.V., in der sich 20 deutsche Holzspielzeughersteller zusammengeschlossen haben, hält das Motto „Toys 3.0 – The Next Generation“ der Spielwarenmesse Nürnberg für ungeeignet. „Jede Altersgruppe hat sein passendes Spielzeug“, so Wolfgang Schühle, Leiter der DVSI-Fachgruppe und Gf. der Margarete Ostheimer GmbH. „Elektronisches Spielzeug mag für Schulkinder sinnvoll sein, aber für Kleinkinder oder Kindergartenkinder ist es das bestimmt nicht.“ Spielen sei dazu da, die Realität zu erfahren, dazu gehören wichtige Sinneseindrücke wie Riechen, Fühlen, Schmecken. Mit einem Tablet-PC könnten

die Kleinsten diese Erfahrungen aber nicht machen. Schühle: „Holzspielsachen sind sehr wichtig für die Entwicklung der Kinder, weil sie einfach sind und damit auch die Phantasie anregen. Der Naturstoff ist nicht nur nachhaltig, sondern seine Haptik entspricht auch dem Stand der Entwicklung der Kinder. Wir finden es sehr fraglich, dass die Spielwarenmesse elektronisches Spielzeug propagiert, ohne kritisch zu hinterfragen, ob der Umgang damit überhaupt Sinn macht. Wer schon Kleinkindern das Spielen mit elektronischen Geräten nahelegt, stellt nicht das Kind in den Mittelpunkt, sondern den Gewinn.“

IDEE+SPIEL

# idee+spiel-Händler behaupten Spitzenposition in schwierigem Marktumfeld

Der Hildesheimer Einkaufs- und Marketingverband idee+spiel Fördergemeinschaft Spielwaren Fach-einzelhandels-GmbH & Co. KG erzielte mit seinen ca. 1.000 Mitgliedsgeschäften in einem durch den Preiskampf im Online-Handel geprägten, für den Fachhandel sehr schwierigen Marktumfeld mit Spielwaren, Modellhobby und Videogames einen Außenumsatz von knapp einer halben Milliarde Euro

Damit hat idee+spiel die Spitzenposition als schlagkräftigster und mitgliederstärkster Verband der Spielwarenbranche behauptet. Die Geschäftsführer Andreas Schäfer und Jochen Martens sind mit der Verbandsentwicklung zufrieden. Trotz geringfügig rückläufiger Umsätze, die Außenumsätze gingen flächenbereinigt um ca. 0,67 Prozent zurück, gelang es durch das idee+spiel-Gemeinschafts-Marketing z. B. mit vier eigenständigen TV-Kampagnen im Weihnachtsgeschäft, Printanzeigen in Programm- und Kinderzeitschriften sowie zwei ganzseitigen Anzeigen in der BamS, in der „heißen Phase“ des Jahres für entsprechend gute Kundenfrequenz in den Geschäften zu sorgen. Ebenso trug der idee+spiel-eigene Online-Marktplatz dazu bei, die Position der teilnehmenden Händler im Multi-Channel-Vertrieb weiter auszubauen.

## Klassische Spielwaren weiterhin der Renner – Schreibwaren deutlich im Plus

Als Topseller erwiesen sich auch 2012 wieder die klassischen Spielwaren. Besonders begehrt waren hochwertige Marken-Spielzeuge und die TV-beworbenen Verbands-Exklusivartikel. Der idee+spiel- und Smarttoys-Absatz stieg 2012 gegenüber dem Rekordjahr 2011 nochmals um 1 Prozent. Im Eurotrain-Sortiment Modelleisenbahnen und Zubehör ging der Umsatz um 1,5 Prozent zurück, da nicht alle angekündigten Neuheiten auch 2012 ausgeliefert werden konnten.

Die Umsätze im Modellbau-Segment Hobbytec haben sich auf dem hohen Niveau vom letzten Jahr eingependelt, hier gibt es keine nennenswerten Veränderungen. Sammler- und Modellautos erreichten 2012 ein Minus von 5,6 Prozent, zum großen Teil bedingt durch die Flutkatastrophe in Thailand Anfang des



idee+spiel-Geschäftsführer Andreas Schäfer präsentierte in seiner Neuheitenvorstellung im Vorfeld der Spielwarenmesse auch die von Sablon vertriebenen WowWee-Roboter der nächsten Generation, darunter der RoboMe (rechts), der in Verbindung mit dem iPhone eine eigene „Persönlichkeit“ erhält, und BotSee, den interaktiven Lern-Roboterfreund, der wahlweise mit dem iPad oder mit dem iPhone funktioniert

Jahres sowie den daraus resultierenden Lieferschwierigkeiten.

Im McMedia-Segment Videogames gingen die Verbandsumsätze um 9,8 Prozent zurück. Dies liegt an der zunehmenden Digitalisierung von Inhalten, der rasanten Entwicklung von Smartphones und „App-Spielen“ sowie den hinter den Erwartungen gebliebenen Umsätzen der Nintendo Wii U Konsole.

Der 2012 in den Fokus gerückte und personell verstärkte Bereich Schreibwaren & Schulbedarf ist um 18,1 Prozent gewachsen. Ein Beleg für diese zukunftsweisende Sortimentsergänzung im Spielwarenfachhandel.

## Hohe Bonusvergütungen für die idee+spiel-Kommanditisten

idee+spiel zahlt seit Jahren sowohl prozentual als auch in Summe höhere Boni an die Mitglieder als jede andere Spielwaren-Verbundgruppe. Diesen Anspruch hat der Verband auch 2012 erfüllt. Mit 7,2 Mio. € hat idee+spiel 2012 das drittbeste

Bonusergebnis in der Unternehmensgeschichte erzielt. Die Bonusausschüttungen erfolgen bereits im März 2013.

Die Zahl der angeschlossenen Kommanditisten ging 2012, vorwiegend durch Sortiments- und Geschäftsaufgaben, um 40 zurück. Die Anzahl der Anschluss Häuser nahm jedoch im Vergleich dazu lediglich um 29 ab, dieser Trend der letzten Jahre ist durch die zunehmende Filialisierung von idee+spiel-Mitgliedern zu erklären.

Mit 771 Mitgliedsfirmen (Stand 31.12.2012) und ca. 1.000 Anschluss Häusern in Deutschland, Österreich, Norditalien und Belgien ist idee+spiel der mitgliederstärkste Verband der gesamten Spielwarenbranche.

## Ausblick auf das Geschäftsjahr 2013

Als mitgliederstärkster Verband der Branche wird idee+spiel im Jubiläumsjahr 2013 seine Spitzenposition am Markt weiter festigen. Der Verband feiert 2013 mit besonderen Aktionen das 35-jährige Jubiläum von idee+spiel sowie das 10-jährige Bestehen von Smarttoys, der Marketinglinie für hochwertiges Spielzeug.

Zusätzlich zu den Jubiläums-Promotions gibt es auch 2013 eine umfangreiche Weihnachtsmarketingkampagne mit TV-Spots für idee+spiel-exklusive Markenartikel, Anzeigen in überregionalen Zeitungen, knapp 30 verschiedenen Verbands-Katalogen und -Prospekten, drei „easy Profit!“-Aktionen sowie einer Weiterentwicklung des Internetauftritts. Ein nochmaliges Upgrade des Online-Marktplatzes rundet das Programm ab.

2013 wird idee+spiel außerdem das neue Marketingkonzept „idee+spiel plus“ einführen und damit auch einen wichtigen Schritt für die zukünftige Positionierung der idee+spiel-Marketingpartner machen.

SIMBA DICKIE GROUP

# Zurück auf den Wachstumspfad ist das Ziel für 2013

Noch bevor auf der Pressekonferenz der Firmengruppe Simba-Dickie am Donnerstag, 24. Januar 2013, die Frage nach der Märklin-Übernahme gestellt werden konnte, gab Firmenchef Michael Sieber die Antwort: Keinerlei Kommentar, denn die Prüfung laufe noch. Vor Mitte Februar seien keine Ergebnisse zu erwarten.

Und noch etwas nahm Sieber vorweg: „Wir wollen wieder zurück auf den Wachstumspfad und die Old-Europe-Lastigkeit verringern. Allerdings gehe es Simba-Dickie nicht um Umsatz um jeden Preis, sondern um nachhaltiges Wachstum.“

Auf die Frage nach den derzeit „heißen“ Themen iToys und Toys 3.0 äußerte sich Michael Sieber sichtlich amüsiert. Vor einem Jahr, so berichtete er, habe ihn in London auf der Spielwarenmesse ein Geschäftspartner seine neuen „Smart Toys“ gezeigt und erklärt, dies sei die einzige Zukunft und wenn er diesem Trend nicht folge, dann verschwinde Simba-Dickie vom Markt. In diesem Jahr habe er den Geschäftspartner wieder in London besucht, dort waren von den sogenannten

Smart Toys auf dessen Stand nichts mehr zu sehen und Simba-Dickie gebe es immer noch.

„Trotz des wirtschaftlich gerade in Europa schwierigen Umfeldes konnte die Simba Dickie Group den konsolidierten Gesamtumsatz 2012 mit 615,0 Mio. € in etwa auf dem Niveau des Vorjahres halten“, so resümiert Manfred Duschl, CFO der Simba Dickie Group, die Geschäftsentwicklung des Spielwarenherstellers kurz vor der 64. Internationalen Spielwarenmesse Nürnberg.

Im Vorjahr belief sich der konsolidierte Gesamtumsatz auf 620,0 Mio. €. Durch sehr erfreuliche Umsatzzuwächse in Russland, Südamerika, Middle East und Südafrika konnte eine stagnierende Entwicklung in Europa bzw. eine sogar rückläufige Entwicklung, was Südeuropa betrifft, im Hinblick auf den Gesamtumsatz 2012 nahezu ausgeglichen werden.

Die Simba-Gruppe einschließlich der Gesellschaften Big und Noris hat im Jahr 2012 mit 145,0 Mio.€ annähernd den gleichen konsolidierten Gesamtumsatz wie im Vorjahr (147,0 Mio. €) erreicht. Bei der Dickie-Gruppe ging der konsolidierte Gesamtumsatz 2012 von 95,0 Mio. € im Vorjahr auf 80,0 Mio. € um ca. 15 Prozent zurück.

Der Grund hierfür liegt im Wesentlichen darin, dass sich das Geschäft mit der Cars-2-Lizenz von Walt Disney im Jahr 2012 auf ein normales Niveau eingependelt hat. Weiterhin kommt hinzu, dass die Produktion in der Majorette-Fabrik in Thailand nach der Zerstörung durch die Flut im Herbst 2011 erst Ende April 2012 wieder anlief und der geplante und mögliche Umsatz aufgrund von noch vorhandenen Kapazitätsengpässen nicht zu realisieren war. Die Smoby-Gruppe weist 2012 einen konsolidierten Gesamtumsatz in Höhe von 133,0 Mio. € aus. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr mit 150,0 Mio. € liegt im Wesentlichen an der negativen Gesamtentwicklung in Südeuropa. Die

ausländischen Tochtergesellschaften der Simba Dickie Group konnten den konsolidierten Gesamtumsatz im Jahr 2012 von 228,0 Mio. € im Vorjahr auf 257,0 Mio. € um 12 Prozent steigern. Hervorzuheben sind hier die sehr erfreulichen Entwicklungen in Russland, Südamerika und Middle East. Positiv wirkt sich auch die Akquisition der Simba Dickie Group in Südafrika aus.

## Internationale Umsatzanteile

Der internationale Anteil der Simba Dickie Group liegt im Jahr 2012 unverändert bei ca. 75 Prozent. Die Hauptexportnationen waren 2012 die Länder Frankreich, Russland, Spanien und Italien.

Vor dem Hintergrund der auch für 2013 nicht positiven wirtschaftlichen Prognosen plant die Simba Dickie Group, den konsolidierten Gesamtumsatz im Jahr 2013 dennoch um 3 Prozent von 615,0 Mio. € auf 635,0 Mio. € zu erhöhen. Die Simba Dickie Group beschäftigte Ende 2012 weltweit rund 4.200 (Vorjahr: 4.000) Mitarbeiter. Ende 2012 beschäftigte die Simba Dickie Group in Deutschland 625 Mitarbeiter (Vorjahr 645 Mitarbeiter).

## Ertrags-/Finanzsituation

Die Simba Dickie Group hat in Voraussicht auf die eingetretene Konsolidierung der Umsatzentwicklung 2012 die Weichen in Richtung Kapazitätsanpassungen sehr frühzeitig gestellt, sodass die Ertragslage auf Vorjahresniveau gehalten werden konnte. Die Ertrags- und Finanzsituation der Gruppe ist unverändert als sehr gut, solide und stabil zu bezeichnen.

## Wichtige Investitionen und Veränderungen 2012

Die Simba Dickie Group hat im Jahr 2012 Investitionen in Höhe von etwa 30,0 Mio. € getätigt.

Die geplanten Gesamtinvestitionen 2013 belaufen sich auf ca. 35,0 Mio. €. Davon sollen ca. 10,0 Mio. € in Deutschland investiert werden.

IMPRESSUM:

**messtrends**

ist eine Sonderveröffentlichung von

**SPiELZEUG**  
international

zur 64. Spielwarenmesse  
International Toy Fair 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

Ausführlicher Text auf [www.spielzeuginternational.de](http://www.spielzeuginternational.de)

WERDEN SIE HERR DER GEZEITEN.



NÜRNBERG, KÖNIGSTRASSE 12, T 0911.20 35 81

AN DEN BESTEN ADRESSEN DEUTSCHLANDS UND IN  
LONDON, PARIS, MADRID, WIEN, NEW YORK UND PEKING. WWW.WEMPE.DE

**WEMPE**  
Zeitmeister

GLASHÜTTE 1/SA

Ein Meilenstein in der deutschen Uhrmacherkunst: die ersten Armband-  
chronometer, die das aufwendige deutsche Prüfverfahren der Sternwarte  
Glashütte durchlaufen haben. WEMPE ZEITMEISTER Mondphase in  
Edelstahl mit Automatikwerk. Erhältlich exklusiv bei Wempe für € 2.500.  
Gerhard D. Wempe KG, Steinstraße 23, 20095 Hamburg



# Flowerie

Flowers are transformed into magical fairies!

- ✿ Flower fairies with a unique transformation feature
- ✿ Sophisticated play concept based on long-term studies
- ✿ Already marketed to great success as a mini version in the Kinder Surprise
- ✿ Coordinated marketing of the concept by Ferrero and Simba Toys

Toy Fair  
Hall 6  
B-02/C-01



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

SIMBA · DICKIE · GROUP

