

# SP*iel*ZEUG International

06/2024  
Juni

Das unabhängige Fachmagazin für Spielwaren, Hobby, Geschenkartikel und Entertainment







# MEGA Geschenke und Hausartikel

17-20 JULY 2024  
BITEC, BANGKOK, THAILAND

“ **EINLADUNG FÜR ALLE EINKÄUFER:**  
**Besuchen Sie uns und treffen Sie**  
**1000 Top-Lieferanten aus Asien!** ”



Zur Registrierung  
bitte hier scannen

**JETZT VORAB REGISTRIEREN**  
für **2 kostenlose**  
**Hotelübernachtungen**  
in einem **5-Sterne-Hotel**

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

Veranstalter : Show Management :

Mit Veranstalter :



# Games- und Influencer-Toys neu im Markt?

Ein Minus von 23 Prozent im April drückt den aufgelaufenen Spielwarenverkaufsumsatz im 1. Quartal laut Circana von -2 auf -7 Prozent herab – SymPos XL und der Duo-Titel

Liebe Leserin, lieber Leser,

das „magere“ Ostergeschäft sorgte im März zwar für ein Plus von 6 Prozent und drückte damit das aufgelaufene Minus auf -2 Prozent, aber der April erhöhte dies jedoch mit seinen -23 Prozent auf ein Minus von 7 Prozent. Und auch der Mai, für den es noch keine Zahlen gibt, lässt keine großen Hoffnungen zu.

Wenig Freude hat der Bürgermeister von Schwäbisch Gmünd derzeit mit dem Spielfiguren-Profi Schleich, der zum Jahresende die schwäbische Heimat verlässt und seine Kernfunktionen von dort nach München und Prag verlegt. Die bisherigen Mitarbeiter können gerne mitumsiedeln.

Positiv ist die Entscheidung vom Hersteller Silverlit aus Hongkong, seinen Firmensitz für die DACH-Region in Nürnberg wieder mit einem General Manager in der Person von Heimo Thaler (ex Carrera/Stadlbauer) ab sofort neu zu besetzen und das Office personell zu verstärken.

„Playmobil-Mutter bricht der Umsatz weg“, so lautete kürzlich eine Headline der Nürnberger Presse. Demnach soll der Umsatz von 736 Mio. in 2021/2022 im Geschäftsjahr 2023/2024 auf 490 Mio. zurückgegangen sein.

Mit der nächsten Überschrift „Mit EM-Kickern aus der Krise?“ wird wieder etwas Hoffnung verbreitet. Inzwischen sind seit dem 13. Mai 186 DFB-Spieler im Playmobil-Format in Edeka-Supermärkten zu kaufen.

Auf dem Titel unserer Juni-Ausgabe ist das Handelsunternehmen – Duo Schreib & Spiel – samt entsprechender Titelgeschichte vertreten. Dies hat mehrere Anlässe, so z. B. die Bedeutung von Spielwarenfachgeschäften zu stärken sowie aktuell die neue SymPos erstmals im XL-Format. Die SymPosXL wurde um die RanzenShow erweitert und präsentiert sich als branchenübergreifendes Ereignis.

Eine für Duo wichtige Sache hat jedoch zeitlich nicht ganz mit unserer Erscheinungsweise funktioniert: Duo plant für Donnerstag (unser Erscheinungstag war jedoch schon am Mittwoch, 05. Juni 2024) im Fußballstadion von Union Berlin eine Besonderheit, die für unseren Titel gedacht war: ein gemeinsames Tribünenfoto. Nun, falls das Ereignis wie geplant stattfindet, wird unser derzeitiges Titelbild ausgetauscht und kann dann online auf [www.spielzeuginternational.de](http://www.spielzeuginternational.de) begutachtet werden.

Für den einen oder anderen großen Hersteller mag der Absatz seiner Produkte in den Selbstbedienungsmärkten ohne Beratung zwar bequem sein, aber wenn ein namhafter Markt meist aus Preisgründen nicht mehr mitspielt, dann sieht es für manche Hersteller gar nicht gut aus.

Die „Old People“ der Branche mit entsprechend langjähriger Erfahrung sind sich daher schnell einig, dass es für die meisten Hersteller – insbesondere den kleineren – existenziell wichtig ist, dass möglichst viele Fachgeschäfte erhalten bleiben.

Aber heutzutage ist nicht mehr alles so, wie es einmal war. Die Zeiten ändern sich schneller als man denkt und wer weiß, wie es sich tatsächlich entwickelt.

Wer weiß denn, was wirklich auf uns zukommt und wie man reagieren muss? Nur mit Spielwaren für Kinder? Das soll nicht mehr reichen, also hat man die Idee von Spielwaren für die sogenannten Kidults entwickelt. Ob das reicht? Eher nein!

Doch da gibt es einen international vernetzten Nico Blauw, der mit seiner Firma Boti immer wieder neue interessante Ideen entwickelt. Nico Blauw war der Erste, der „Yu-Gi-Oh!“, „Bakugan“, „Tech Deck“, „Squishies“ und Fidgets nach Deutschland brachte und dessen Firma hinter der Wiederbelebung von „Pokémon“ und „TMNT“ steckte. Und jetzt bringt Boti eine nächste Generation von Spielwaren auf den Markt, mit der man sich näher beschäftigen muss, bevor man sie versteht: Die Game- und Influencer-Toys. Nähere Informationen in dieser Ausgabe auf Seite 22. Lesen und online checken sorgt hier für Verständnis!



Ihr  
  
 Alfred G. Kropfeld



**AKTUELL**

- 7 **Horst Brandstätter Group:** Positive Effekte erwartet
- 7 **Simba Dickie Group:** Neuer CFO
- 8 **Duo Schreib & Spiel:** Auszeichnungen für Flagshipstore
- 8 **Tonies:** Drei „Goldene Schallplatten“ für Tonies
- 9 **Schleich:** Neuaufstellung für nachhaltiges Wachstum
- 9 **Toynamics:** „Green Product Award“ für Korko
- 9 **Toysino:** Erweiterung der Geschäftsführung
- 9 **Simba Dickie Group:** Geschäftsführerin Corolle
- 10 **Playmobil:** Aus dem Weltall nach Zirndorf
- 10 **Simba Dickie Group:** Master Toy Partner für Gröffelo
- 10 **Goliath:** Akquisition von Lucky Duck Games
- 10 **Fischertechnik:** „Plus X Award“ für Podcast und Social Media
- 11 **Lego:** Thomas Müller spielt jetzt im Lego-Team
- 11 **Super RTL:** Nickelodeon-Inhalte im Free-TV
- 11 **The Toy Association:** Neuer CEO und President
- 11 **Puky:** Beitritt zum ZIV-Vorstand
- 11 **Funko:** Neuer CEO



25

**Titelstory**

Duo Schreib & Spiel: Lokal und digital stark

**MESSEN**

- 14 **Messen und Veranstaltungen**
- 14 **Nostheide Verlag:** Spiel doch! in Dortmund erfüllt Erwartungen
- 15 **Spielwarenmesse:** Tag für Spieleerfinder
- 15 **Game:** Strategische Verstärkung
- 16 **Spielwarenmesse eG:** Zukunftsorientierte Hallenbelegung
- 17 **Messe Frankfurt:** Ethical Style auf der Sommer-Nordstil
- 17 **Messe Frankfurt:** Vertrag bis 2028 verlängert

**PRODUKTE**

- 18 **Bauer Spielwaren:** Lernspaß mit Headu
- 20 **Revell:** Anpfiff für die RC-Fußball-Liga
- 21 **Hasbro:** „Cluedo“ für Escape-Room-Fans
- 22 **Boti:** Streaming und Online-Gaming sorgen für neues Spielwaren-Merchandising
- 24 **Lego:** Galaktische Abenteuer
- 24 **Bauer Spielwaren:** Sensorischer Spaß

**TITELSTORY**

- 25 **Duo Schreib & Spiel:** Lokal und digital stark

**KREATIV**

- 28 **Spin Master:** Stylische Nägel mit coolen Motiven
- 28 **Pustefix:** Fußball-EM 2024 mit „Malefix“
- 29 **Dan Import:** Neue Tiermotive
- 30 **Playmobil:** Es wird wieder bunt mit „Playmobil Color“ und Crayola
- 31 **Simm Spielwaren:** Gewohnte Qualität in neuem Look
- 31 **Eichhorn:** Hingucker im Garten
- 32 **Brandunit:** „Pocket Hot Wheels“ und „Minecraft“ zum Basteln



22

**Boti:** Streaming und Online-Gaming sorgen für neues Spielwaren-Merchandising

30

**Playmobil:** Es wird wieder bunt mit „Playmobil Color“ und Crayola





### KREATIV

- 32 **Ravensburger:** Schmetterlinge zum Ausmalen
- 33 **Clementoni:** Basteln, schmücken, personalisieren
- 34 **Jumbo:** Fantasiereiches Gestalten
- 35 **Hasbro:** Eisdiele im Kinderzimmer
- 35 **Simba Toys:** Endloser Malspaß

### LIZENZEN

- 36 **Legó:** Heldenhafte Lizenzen
- 37 **Brandunit:** Die Stars des Rallye-Sports
- 38 **WDR Mediagroup:** Das bärenstarke Abenteuer geht weiter
- 38 **Undercover:** Praktische Urlaubsbegleiter
- 39 **Moose Toys:** Innovative Produkte zum kommenden Kinohit
- 40 **Wrebbbit 3D:** Geisterjäger als 3D-Puzzle
- 40 **Hasbro:** Spaß und Bewegung mit Peppa Pig
- 41 **Studio 100 International:** Nostalgie trifft auf Moderne
- 42 **Konami:** Geschichten aus der Terminalwelt
- 42 **Bauer Spielwaren:** Ikonische Flitzer

### PUPPEN UND PLÜSCH

- 43 **Happy People:** Trendige Stoffpuppen
- 44 **Mattel:** Sportlicher Sommer mit Barbie
- 45 **Carletto:** Puppenträume von Llorens
- 46 **JH-Products:** Unterhaltsame Reisebegleiter
- 46 **Ty:** Kuschneln mit Harry & Co.
- 47 **Xtrem Toys & Sports:** Überraschende Plüschfiguren
- 47 **Carletto:** Kuschnelige Dinos
- 48 **Heless:** Highlights im Jubiläumsjahr
- 48 **Selecta:** Drolliger Plüschfreund
- 49 **Nici:** Plüschiger Neuheiten-Mix

### SPIELEN UND SAMMELN

- 50 **Top Media:** Sammelspaß zur EM und darüber hinaus
- 51 **Carletto:** Mehr als Murmeln
- 52 **Epoch:** Kindergarten-Abenteuer
- 52 **Simm Spielwaren:** Spielstarke Figuren-Sets
- 53 **Zuru:** Große Marken im Kleinformat
- 54 **Simba Toys:** Stapeln, Staunen, Sammeln und Spielen

### TOYS INTERNATIONAL 54-56

### RUBRIKEN

- 12 **Magazin**
- 57 **Firmen-Index**
- 58 **Inserenten-Index**
- 58 **Impressum**



35

Hasbro: Eisdiele im Kinderzimmer



49

Nici: Plüschiger Neuheiten-Mix



53

Zuru: Große Marken im Kleinformat

■ HDE

## Einzelhandel rechnet zur EM mit 3,8 Mrd. Euro Umsatz

Anlässlich der in diesem Jahr in Deutschland stattfindenden Fußball-Europameisterschaft schätzt der Handelsverband Deutschland (HDE) die zusätzlichen Umsätze im Einzelhandel auf 3,8 Mrd. Euro. Wie eine Umfrage von HDE und Appinio unter 1.000 Personen ergab, sind vor allem Lebensmittel und Fanartikel gefragt.

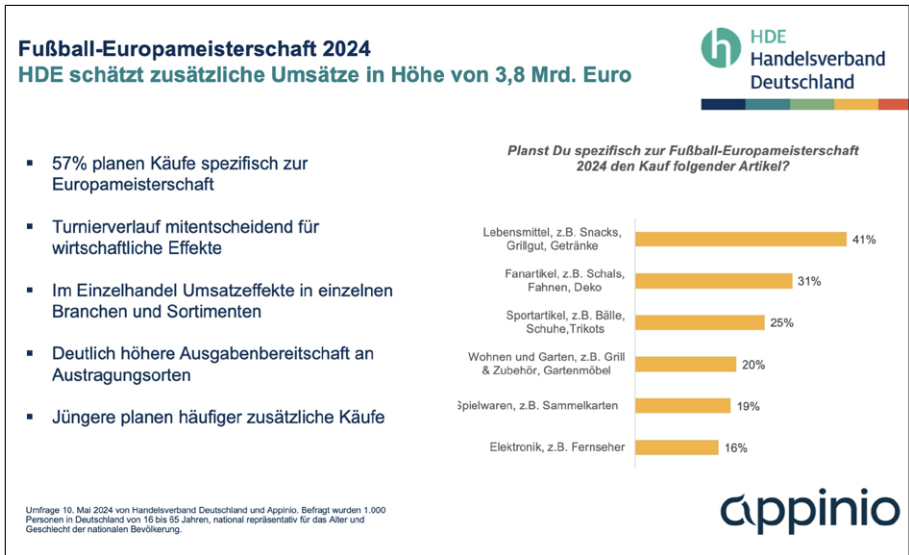
„Im Einzelhandel sorgen große Sportereignisse immer wieder für Umsatzimpulse. Die diesjährige Heim-EM könnte den Konsum in einzelnen Branchen und Warengruppen ankurbeln“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Wie die Umfrage von HDE und Appinio zeigt, sind Lebensmittel zu diesem Anlass besonders beliebt. Über 41 Prozent der Befragten planen den Kauf von Snacks, Grillgut, Getränken und weiteren Lebensmitteln. Zu Fanartikeln wie Schals, Fahnen und Dekoartikeln greifen 31 Prozent.

Auch bei Sportartikeln, Produkten aus dem Bereich Wohnen und Garten, Spielwaren sowie Elektronik ist mit einzelnen Umsatzeffekten zu rechnen.

Von den Befragten, die zur Fußball-EM Ausgaben tätigen wollen, planen die meisten (32 Prozent) zusätzliche Einkäufe in Höhe von 101 bis 200 Euro. 28 Prozent gehen von Ausgaben zwischen 51 und 100 Euro aus, während acht Prozent mehr als 500 Euro ausgeben wollen. „Die Entwicklung der EM-Umsätze im Einzelhandel hängt auch mit dem Turnierverlauf zusammen. Wenn die deutsche Nationalmannschaft ein neues Sommermärchen erspielt und weit kommt, könnte das die Konsumstimmung spürbar steigen lassen“, so Genth.

Die Mehrheit der Befragten zeigt Interesse an der EM. Fast 70 Prozent planen, möglichst alle oder ausgewählte Spiele des Turniers zu verfolgen. Auf das Abschneiden der deutschen Fußball-Nationalmannschaft blicken die Befragten mit gemischten Erwartungen. Mit etwa 25 Prozent halten die meisten von ihnen das Erreichen des Viertelfinales für wahrscheinlich, rund ein Fünftel rechnet mit dem Einzug in das Finale in Berlin. Die Fußball-Europameisterschaft 2024 findet vom 14. Juni bis 14. Juli in Deutschland statt.

Die bevölkerungsrepräsentative Umfrage wurde Anfang Mai von HDE und Appinio durchgeführt. Befragt wurden 1.000 Personen in Deutschland im Alter von 16 bis 65 Jahren. Die Ergebnisse der Umfrage können hier abgerufen werden: <https://einzelhandel.de/fussball>



Ergebnisse der Umfrage des HDE und Appinio

ANZEIGE



**NOMINIERT FÜR TOP 10 Spielzeug 2024**

Ich entdecke die Emotionen  
40 Aktivitäten rund um Emotionen

ANNA LEERAS

**ich lerne**

ENTDECKEN

Eintauchen in die bunte Welt der Gefühle mit dem Color Monster Spiel!

KINDER ERFORSCHEN DIE VIELFALT DER EMOTIONEN UND LERNEN SPIELERISCH, SIE ZU VERSTEHEN UND MITZUTEILEN!




Jumbo Spiele


jumbospiele

jumboplay.com





## ■ HORST BRANDSTÄTTER GROUP

## Positive Effekte erwartet

Die Horst Brandstätter Group mit ihren Business Units Playmobil und Lechuza schaut optimistisch auf das am 1. April begonnene Geschäftsjahr (01.04.2024 bis 31.03.2025). Die bei der Spielwarenmesse in Nürnberg im Januar von Playmobil vorgestellte Strategie „Aufbruch in die Zukunft“ und die konsequent umgesetzten konsolidierenden Maßnahmen zeigen Wirkung. Nach zwei schwierigen Jahren verzeichnet Playmobil einen positiven Forecast für die kommenden Monate. Das stringente Kostenmanagement in den Produktionswerken hat außerdem zu deutlichen Einsparungen und einem Rückgang der Warenbestände geführt, ohne die Lieferfähigkeit zu gefährden. Bereits im April hat das Unternehmen darüber informiert, dass der gesamte Produktentstehungs- und Produktentwicklungsprozess unter der neuen „Playmobil International GmbH“ am Standort Zirndorf neu aufgestellt wurde.

Mit innovativen Produkten, neuen Kooperationen und zusätzlichen Zielgruppen wie Kleinkinder oder Kidults wird die Traditionsmarke, die dieses Jahr ihren 50. Geburtstag feiert, zukunftsfähig gemacht. Die ersten Maßnahmen im Jahr 2024 sind die Neueinführung von „Playmobil Junior“ aus komplett pflanzenbasierten Materialien, die Ausweitung des Angebots für Erwachsene durch sogenannte „Collectibles“ – Sammlerspielzeuge – in hoher Qualität und Originalität sowie Kooperationen und Allianzen mit namhaften Marken.

**Kooperation mit dem Deutschen Fußballbund und Edeka**

Zur Fußball-Europameisterschaft in Deutschland wird es eine große Kooperation mit dem Deutschen Fußballbund und

Edeka geben, um Jung und Alt positiv auf die am 14. Juni beginnende Heim-Europameisterschaft einzustimmen.



Credits: ©2024 PLAYMOBIL/DFB/BLUE OCEAN

*Gündogan, Müller, Füllkrug, Rüdiger, Musiala, Wirtz, und Havertz als Playmobil-Sammelfiguren*

Bereits im August 2023 wurde bei der Horst Brandstätter Group die Unternehmensleitung neu aufgestellt. Drei gleichberechtigte Vorstände setzen derzeit konsequent die wegen gesunkener Umsätze notwendig gewordenen Schritte zur Konsolidierung der Unternehmensgruppe mit Maßnahmen wie Kosteneinsparungen oder Personalreduktion um. Im Geschäftsjahr 2022/2023 ist der Umsatz der Horst Brandstätter Group auf 571 Mio. Euro zurückgegangen. Im Geschäftsjahr 2023/2024 betrug der Umsatz rund 490 Mio. Euro. Die Horst Brandstätter Group leidet unter der schwachen Konjunktur, hartnäckiger Inflation, steigenden Lohn-, Transport- und Energiekosten, aber auch an der Konsumflaute und Kaufzurückhaltung. Angesichts der harten Zeiten für Unternehmen müssen viele führende Firmen in Deutschland derzeit Stellen abbauen. Die Horst Brandstätter Group hat seit Oktober 2023 bereits einen Großteil der weltweit angekündigten 700 Stellen abgebaut. Das Unternehmen hält aber weiterhin an den Produktionsstandorten in Deutschland und Europa fest.

## ■ SIMBA DICKIE GROUP

## Neuer CFO

Seit 1. Mai 2024 ist **Moritz Duschl** (36) der neue CFO der Simba Dickie Group.



Moritz Duschl

Sein Vater Manfred Duschl (69), der seit 1989 im Unternehmen tätig ist und die Finanzen der internationalen Spielwarengruppe verantwortet, übergibt ihm die Position. Manfred

Duschl wird sich sukzessive innerhalb der nächsten zwölf Monate aus dem Tagesgeschäft und der Geschäftsführung zurückziehen. Das Board der Firmengruppe besteht seit 1. Mai 2024 aus Florian Sieber, Manfred und Moritz Duschl sowie Uwe Weiler.

Florian Sieber, Geschäftsführender Gesellschafter und CEO der Simba Dickie Group bedankt sich und freut sich über das neue Mitglied in der Geschäftsführung: „Nachdem Moritz Duschl sich bereits seit zehn Jahren innerhalb des Managements gewissenhaft in seine neue Aufgabe eingearbeitet hat und Manfred Duschl auch weiterhin als Ansprechpartner zur Verfügung steht, sind wir in der glücklichen Lage, einen fließenden Generationsübergang gestalten zu können, der weitreichende Erfahrungen und Expertise mit neuen Impulsen und Ideen verknüpft. Die Weichen für die Zukunft sind gestellt! Bei Manfred Duschl bedanken wir uns für sein enormes Engagement, seine Loyalität und sein Einfühlungsvermögen in den vergangenen Jahrzehnten, in denen er an der Seite meines Vaters Michael Sieber, Uwe Weiler und mir, zusammen mit dem Management und seinem Team, maßgeblich an der herausragenden Entwicklung und dem Erfolg der Simba Dickie Group beteiligt war.“

**SPiELZEUG**  
international

Unsere Juli-August-Ausgabe 2024  
erscheint am 24. Juli 2024



Weitere News lesen Sie auf [www.spielzeuginternational.de](http://www.spielzeuginternational.de)

■ **DUO SCHREIB & SPIEL**

## Auszeichnungen für Flagshipstore

Mitte Mai 2024 verlieh der Verband Shop! D-A-CH e.V. erneut die begehrten "Shop! Awards", diesmal in der Pegelbar in Neuss. Seit 2009 zeichnet der Preis herausragende Leistungen im Point-of-Sale-Marketing aus, von klassischen PoS-Materialien bis hin zu digitalen und komplexen Verkaufsförderungsmaßnahmen. In diesem Jahr waren fast 40 Projekte in 15 Kategorien im Wettbewerb. Eine Fachjury, bestehend aus 25 Experten aus Handel, Marketing und Design, bewertete die Einreichungen. Besonders erfolgreich war dabei die Shop-in-Shop-Präsentation im Duo-Flagshipstore Berlin, die von der Agentur Once upon a Time für die Pokémon Company gestaltet wurde. Dieses Projekt gewann Gold in der Kategorie „Visual Merchandising, Retail Design & Ladenbau“ und sicherte sich zudem Bronze beim Publikumspreis.



Chloe Sullivan (Once upon a Time), Kieran McGinley (Pokémon), Anke Tübbecke (Duo-Flagshipstore) und Katharina Ausborn (Pokémon) (v.l.n.r)

■ **TONIES**

## Drei „Goldene Schallplatten“ für Tonies

**Drei Originalproduktionen der eigenen Lizenzmarke „Schlummerbande“ wurden mit der „Goldenen Schallplatte“ geehrt – Die Tonies „Schlummerhase“, „Schlammerschaf“ und „Schlummerbär“ verkauften sich in kurzer Zeit allein in Deutschland je über 100.000 mal**

Die zur „Schlummerbande“ gehörenden Tonies „Schlummerhase“, „Schlammerschaf“ und „Schlummerbär“ erreichten mit Verkäufen von jeweils über 100.000 Stück in kurzer Zeit den vom BVMI, dem Bundesverband der Musikindustrie, festgesetzten Schwellenwert für die Auszeichnung mit der „Goldenen Schallplatte“, welche sowohl die beteiligten Kreativen als auch die gesamte Produktion würdigt. Die „Schlummerbande“ ist die erste Eigenmarke von Tonies und wurde von Konzept über Design bis zu den Geschichten und der Instrumental-Musik komplett in-house entwickelt. Sie wurde 2022 erfolgreich



Der „Schlummerbär“ ist Teil des starken Trios

global gelauncht, um Familien bei der Abend- und Einschlafroutine zu unterstützen. Damit verfolgt das Unternehmen konsequent die Strategie, verstärkt auf Eigenproduktionen („Tonies Originals“) zu setzen. Zur Brand gehören bislang drei Tonies – ein Schäfchen, ein Bär und ein Hase – die vor allem kleinen Kindern mit beruhigenden Geschichten und Melodien beim Einschlafen helfen sollen.

Drei Tonies der Eigenmarke „Schlummerbande“ wurden ausgezeichnet



## ■ SCHLEICH

## Neuaufstellung für nachhaltiges Wachstum

Jüngst hat Schleich seine Lieferketten überarbeitet und ein neues Netzwerk strategischer Produktionspartner in Europa, Asien und Nordamerika etabliert, um die höchsten Qualitätsstandards und eine größere Agilität zu gewährleisten. Unterstützt wird das von der zunehmenden Digitalisierung von Geschäftsprozessen der Marke. Zudem arbeitet das Unternehmen an seiner Nachhaltigkeitstransformation und wird im Juli die ersten recycelbaren und „Cradle to Cradle“ zertifizierten Spielfiguren weltweit auf den Markt bringen. Das neue Management rund um CEO Stefan De Loecker will jetzt den nächsten Schritt Richtung nachhaltigem Wachstum gehen und mit einer neu gestalteten Organisation in Marke, Innovationen und Internationalisierung investieren. Schleich wird seine Kernkompetenzen Marketing, Vertrieb und Beschaffung stärken und verbraucherzentrierte sowie wertschöpfungsnahe Funktionen an einem Standort bündeln. Um Lifestyle-Trends und technologische Entwicklungen besser und früher zu antizipieren, plant

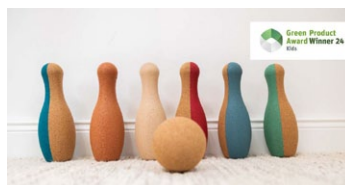
Schleich, ein globales Netzwerk von Product Creation Centern zu errichten, das sich mit einer Zentrale in München auf Innovation und Entwicklung konzentriert. Mit der neuen Organisationsstruktur will Schleich sein Potenzial dem internationalen Spielwarenmarkt voll ausschöpfen. Die Weiterentwicklung des Unternehmens und der Marke mit den Schwerpunkten Innovation, Internationalisierung, Erschließung neuer Verkaufskanäle und Nachhaltigkeit sollen Schleich für die Zukunft stärken.

Das Münchner Büro wird zum 1. Januar 2025 neuer Hauptsitz, das dort bereits ansässige Team soll mit Kernfunktionen aus Schwäbisch Gmünd verstärkt werden. In Prag übernimmt ein neu gegründetes Shared Service Center typische globale Support-Funktionen wie Finanzfunktionen und Kundenservice. Die Logistik wird Schleich an einen externen Logistikpartner übergeben. Ziel ist es, dass die Mitarbeitenden der Logistik Übernahme-Angebote durch den neuen Logistikpartner erhalten.

## ■ TOYNAMICS

## „Green Product Award“ für Korko

Seit 2013 honoriert der internationale „Green Product Award“ Produkte und Dienstleistungen, die auf Nachhaltigkeit setzen. Die Auszeichnung ist gleichermaßen für aufstrebende Start-ups wie auch etablierte Unternehmen gedacht. Am Wettbewerb haben 1.500 Bewerber aus über 60 Ländern teilgenommen, das „Little Skittles - Bowling Set“ gewann den „Green Product Award 2024“ in der Kategorie „Kids“.



Korko ist durch das Joint-Venture zwischen dem Holzspielzeughersteller Hape und dem Korkhersteller Amorim in Portugal entstanden und hat sich zum Ziel gesetzt, hochwertiges Spielzeug aus nachhaltigen Materialien anzubieten – allen voran Kork. Innovativ aus 100 % recycelbaren Korkgarnulat hergestellt, ist das „Little Skittles - Bowling Set“ ein neu durchdachter Klassiker.

## ■ TOYSINO

## Erweiterung der Geschäftsführung

Die Toysino GmbH stärkt ihr Führungsteam und erweitert die Geschäftsführung zum 1. Juli 2024 um **Mathias Förster** (38),



Mathias Förster

der als dritter Geschäftsführer dem Unternehmen beitreten wird. Mit seiner umfassenden Erfahrung im E-Commerce, die er während seiner Zeit bei der MyToys.de GmbH erworben hat, wird

Mathias das Führungsteam der beiden Inhaber Christian und Daniel Krömer ergänzen und wertvolle Impulse für die Zukunft von Toysino setzen. Förster bringt bedeutende Fähigkeiten in die Geschäftsführung von Toysino ein. Während seiner Zeit bei MyToys verantwortete er unter anderem den Aufbau eines IT-Entwicklungsstandorts in Madrid und war zuletzt für die Unternehmensstrategie verantwortlich.

## ■ SIMBA DICKIE GROUP

## Geschäftsführerin Corolle

**Nathalie Gard** wurde zur Geschäftsführerin des Puppenherstellers Corolle aus Frankreich ernannt. Mit ihrem Diplom



Nathalie Gard

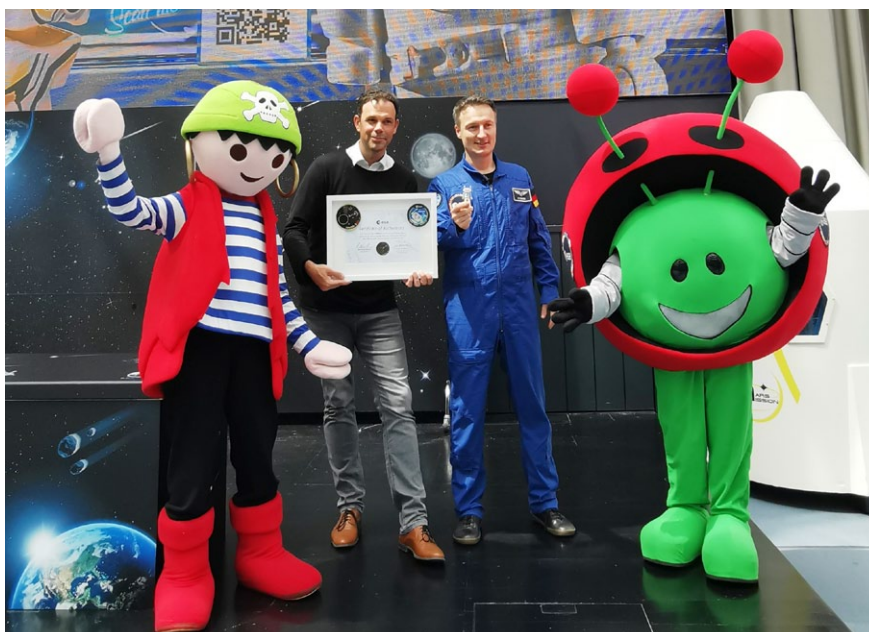
der École de Commerce des Institut Supérieur de Gestion de Paris trat Nathalie Gard 1997 in das Unternehmen Corolle in Langeais ein. Dort war sie zunächst als Controllerin und ab 2004 als

Finanzmanagerin tätig. Im Jahr 2022 wurde sie zur Direktorin für Verwaltung und Finanzen befördert. Seit 1. Mai 2024 ist sie Geschäftsführerin des Unternehmens aus dem Loire-Tal, das zur Familie der Simba Dickie Group zählt.

## ■ PLAYMOBIL

## Aus dem Weltall nach Zirndorf

Der ESA-Astronaut Matthias Maurer hat am 2. Juni auf einer besonderen Mission den Playmobil-FunPark in Zirndorf besucht: Er begleitete die Playmobil-Figur „ROBERT“ nach dem gemeinsamen Einsatz im All zurück nach Zirndorf. Der kleine Roboter, bekannt aus der Playmobil-YouTube-Serie „ROBERT erklärt“, hatte Maurer 2022 auf der Internationalen Raumstation ISS besucht. Als Highlight der „ESA Weltraumtage“ im Playmobil-FunPark übergab der Astronaut seinen abenteuerlustigen Begleiter an Unternehmenssprecher Björn Seeger. Die jungen FunPark-Gäste hatten außerdem Gelegenheit, dem Astronauten Fragen zu seiner Arbeit und zum Alltag auf der Raumstation zu stellen. Auch ein persönliches Autogramm des Astronauten und ein Erinnerungsfoto mit Pirat Rico und dem ESA-Maskottchen Paxi konnten sich die FunPark-Besucher mit nach Hause nehmen. In Zusammenarbeit mit der European Space Agency (ESA) fanden im Playmobil-FunPark die „ESA Weltraum-



ESA-Astronaut Matthias Maurer übergab die Playmobil-Figur „ROBERT“ im Playmobil-FunPark in Zirndorf an Unternehmenssprecher Björn Seeger

tage“ mit spannenden Aktivitäten rund um das Thema Weltraum statt. Der Besuch

von Matthias Maurer bildete den krönenden Abschluss der Aktionstage.

## ■ SIMBA DICKIE GROUP

## Master Toy Partner für Gruffelo

Das Jubiläums-Jahr bringt neben vielen Aktionen und neuen Produkten auch einen neuen Lizenzpartner für Gruffelo aus dem Hause Magic Light Pictures: Als Master Toy Partner wird Simba Toys im 4. Quartal 2024 Plüschtiere in verschiedenen Größen launchen. Playsets, Figuren und Holzspielzeug werden folgen.

Am 23. März 2024 stand das 25-jährige Jubiläum des Kinderbuchhelden an. Mit über 38 Mio. verkauften Büchern weltweit gehören „Der Gruffelo“ und „Das Gruffelokind“ zu den erfolgreichsten Kinderbüchern



in der Zielgruppe der 3–6-Jährigen. Seit seiner Erstveröffentlichung im Jahr 1999 wurde die Geschichte in 107 Sprachen übersetzt und hat nicht nur als Buch, sondern auch als Film, Theater, Event und Merchandise die Kinderherzen erobert. Im Bereich Lizenzen hat sich der Kinderbuchheld mit über 80 Lizenzpartnern weltweit zu einem Klassiker etabliert und bietet sowohl Lizenz- als auch Handelspartnern interessante Möglichkeiten. Im Jubiläumsjahr dürfen sich Fans auf viele Neuigkeiten freuen.

## ■ GOLIATH

## Akquisition von Lucky Duck Games

Am 22. April 2024 verkündete Goliath die Übernahme von Lucky Duck Games. Der international agierende Spieleverlag ist bekannt für branchenführende und preisgekrönte Digital-Hybrid-Brettspiele wie „Chronicles of Crime“ und „Destinies“. Goliath hat seine Angebot an Erwachsenenspielen erfolgreich aufgebaut, weitere Kidult-Spiele sollen im Rahmen der globalen Vertriebsvereinbarung mit Funko Games veröffentlicht werden, die im März angekündigt wurde.



## ■ LEGO

## Thomas Müller spielt jetzt im Lego-Team

Thomas Müller wechselt ins Lego-Team: Zeitnah zur EM spielen sich der Weltmeister und die Lego-Marke den Ball zu. FC-Bayern-Profi und Nationalspieler Müller ist der erste offizielle Lego-Markenbotschafter in Deutschland, Österreich und der Schweiz für das Unternehmen. Bekannt für seine unkonventionelle Spielweise mit einfallsreichen Lösungen auf dem Fußballplatz, ist Thomas Müller ein gutes Match für die beliebte Lego-Marke, die für Spielfreude und Kreativität pur bei Kindern und Erwachsenen steht. Kein Wunder also, dass es von Thomas Müller bereits eine Lego-Minifigur gab. In diesem Jahr dürfen Fans gespannt sein, was der Weltmeister als Lego-Markenbotschafter alles vorhat. Thomas Müller „Ich freue mich sehr, neuer Lego-Botschafter zu sein. Mein



Thomas Müller ist neuer Markenbotschafter für Lego

achtjähriges Ich würde vor Freude in die Luft springen, so gerne habe ich als Kind stundenlang Lego-Fantasiewelten gebaut. Und das ist mir bis heute geblieben, denn meine Superkraft auf dem Platz und bei jedem Spiel ist Kreativität. Jeder Spielsituation, und sei sie noch so überraschend, begegne ich mit Herz und Fantasie. Gepaart mit Mut und Ausdauer ergibt das meinen persönlichen Bauplan für jede Situation. Ich freue mich sehr, genau diesen Spirit für und mit ‚Team Lego‘ zu spielen.“

## ■ SUPER RTL

## Nickelodeon-Inhalte im Free-TV

Super RTL und Nickelodeon haben sich auf den Erwerb eines Rechtepakets, das aktuelle und kommende Nickelodeon-Serien ins Fernsehprogramm von Super RTL bringt, geeinigt. In diesem Zuge plant Super RTL auch, die etablierte Satellitenfrequenz von Nickelodeon für den Aufbau eines neuen linearen Kindersenders zu übernehmen und dort überwiegend beliebte Nickelodeon-Serien, darunter „Paw Patrol“, „SpongeBob Schwammkopf“, „Willkommen bei den Louds“ und mehr, zu zeigen. Das Vorhaben steht unter dem Vorbehalt der Freigabe des Bundeskartellamts.

Thorsten Braun, bis Ende 2023 CEO von Super RTL und jetzt Chief Marketing, Brand & Consumer Products Officer bei RTL Deutschland: „Durch den Ausbau der Partnerschaft mit Nickelodeon und Paramount bietet Super RTL seinem jungen Publikum einen noch reichhaltigeren Schatz hochwertiger Kinderprogramme. Durch die Übernahme der Satellitenfrequenz entsteht ein neuer wertvoller Toggo-Touchpoint für die Zielgruppe 3 - 13 Jahre. Dies passt hervorragend in die Strategie, die Marke Toggo über möglichst viele Kanäle und Plattformen hinweg für Kinder präsent und erlebbar zu machen.“

## ■ THE TOY ASSOCIATION

## Neuer CEO und President

Der Wirtschaftsverband The Toy Association, der eine breite Palette von Herstellern, Einzelhändlern, Lizenzgebern und



Greg Ahearn

anderen Akteuren der Jugendunterhaltungsbranche vertritt, hat **Greg Ahearn** zum 1. Juni 2024 zum President und CEO ernannt. Ahearn wird den Verband leiten, weiterentwickeln und dessen

fast 900 Mitgliedern sowie den Bedürfnissen der gesamten Branche bestmöglich dienen.

## ■ PUKY

## Beitritt ZIV-Vorstand

In der jüngsten Mitgliederversammlung am 26. April 2024 des Branchenverbands



Britta Sieper

„ZIV – Die Fahrradindustrie“ in Fulda wurde **Britta Sieper**, Gf. von Puky, offiziell in den Vorstand gewählt. Als Interessensvertretung repräsentiert der ZIV die Anliegen von rund 130 Mitgliedsunternehmen

gegenüber gesetzgebenden Körperschaften und Regierungsstellen in Deutschland und der EU, den Medien sowie weiteren Institutionen. Sieper verstärkt mit ihrer Wahl in den ZIV-Vorstand das Engagement des Unternehmens, Kinder frühzeitig für das Radfahren zu begeistern.

## ■ FUNKO

## Neuer CEO

Am 9. Mai 2024 gab Funko bekannt, dass der Verwaltungsrat des Unternehmens **Cynthia Williams** mit Wirkung vom 20. Mai 2024 zum Chief Executive Officer CEO ernannt hat (siehe auch S. 56).

## SPIELWARENMESSE EG

## Gemeinsam anpacken für den guten Zweck

Zusätzliches Engagement für Projekte außerhalb der Messehallen: Bei der Spielwarenmesse eG ist die gemeinnützige Arbeit ein Bestandteil des internen Corporate-Social-Responsibility-Programms (CSR). Am 3. Mai haben sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Nürnberger Messe- und Marketingdienstleisters zusammengefunden, um den Naturerlebnispfad „Lebensader Bahn 2.0“ auf der stillgelegten Bahnstrecke entlang der ehemaligen Ringbahn in Nürnberg auf Vordermann zu bringen. Was im vergangenen Jahr als Aktion begann, hat sich zu einem längerfristigen Projekt und einer Partnerschaft zwischen



der Spielwarenmesse eG und dem Landschaftspflegeverband Nürnberg e.V. entwickelt.

Das Projekt ist Teil der CSR-Selbstverpflichtung. Der gemeinnützige Einsatz gehört seit vielen Jahren zur Verantwortung des Unternehmens. Im Rahmen verschiedener Aktionen hilft das Team der Spielwarenmesse eG, Ideen in sozialen oder kulturellen Institutionen zu verwirklichen oder ökologische Projekte voranzutreiben. Die interne Corporate-Sustainability-Truppe entwickelt stetig neue Ansätze für den verantwortungsvollen Umgang mit unseren ökologischen Ressourcen sowie für nachhaltiges und soziales Handeln. In diesem Jahr haben die fleißigen Helferinnen und Helfer beim Projekt „Lebensader Bahn 2.0“ unter Anleitung einen Barfußpfad mit stimulierenden Texturen geschaffen sowie Holzbänke erneuert. Florian Hess, Mitglied des Vorstands der Spielwarenmesse eG, dazu: „Wir unterstützen dieses Projekt seitens des Unternehmens gerne und freuen uns über die entstandene Zusammenarbeit mit dem Landschaftspflegeverband Nürnberg e.V. sowie das Engagement des Teams.“

*Die interne Corporate-Sustainability-Truppe der Spielwarenmesse eG hat in diesem Jahr beim Projekt „Lebensader Bahn 2.0“ mitgeholfen*

## BRUDER

## Girls' Day 2024

In diesem Jahr konnte der bundesweite Aktionstag Girl's Day/ Boys' Day mit 23.000 Angeboten und 175.000 Plätzen einen Teilnehmerrekord verzeichnen. Das seit 2001 jährlich stattfindende Programm wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert. Auch bei Bruder Spielwaren hat der Tag bereits seit zehn Jahren einen festen Platz im Kalender. „Schülerinnen einen Einblick in die technischen Berufe zu bieten, ist nach wie vor ein wichtiger Ansatz. Das hat auch der Austausch mit den Teilnehmerinnen des Girls' Days gestern wieder gezeigt. Die berufliche Orientierung wird für Jugendliche nicht unbedingt leichter. Vor allem auch da die Zahl der Ausbildungsberufe immer mehr und Möglichkeiten immer komplexer werden“, resümiert Bruder-Personalleiter Christian Wenning. „Wir würden uns freuen, mehr weibliche Auszubildende in unseren technischen Berufen gewinnen zu können und unterstützen den Girls' Day daher jedes Jahr sehr gerne.“ Die vier Teilnehmerinnen im Alter zwischen 13 und 14 Jahren erlebten bei Bruder einen spannenden Vormittag. Auf dem Programm standen das Spektrum der Kunststoffverarbeitung, die Eigenmontage eines Spielzeug-Motorrads und eine Einführung in die Komplexität des Formenbaus. Am Schluss wurde im Hochregallager noch die Welt der Logistik erkundet. Zum Ausklang des Aktionstages besuchte Alexander Reinfelder, der stellvertretende Leiter der IHK-Geschäftsstelle Fürth, die Schülerinnen.



*Die Teilnehmerinnen des Girl's Day bei Bruder Spielwaren mit Alexander Reinfelder (IHK-Fürth – 1. v.l.), Dorothee Kaup und Dagmar Ackermann von Bruder Spielwaren*



NESTLER

## Tradition und Moderne immer neu erlebt

130 Jahre  
Nestler

Die Nestler GmbH Feinkartonagen in Ehrenfriedersdorf feiert 130-jähriges Jubiläum – Das Familienunternehmen setzt auf „Made in Germany“ und produziert direkt am Standort im Erzgebirge

Nestler Feinkartonagen feiert dieses Jahr ein beeindruckendes Jubiläum: 130 Jahre erfolgreiche Unternehmensgeschichte. Als stolzer Lizenzpartner und europaweit einziger Hersteller von Ostereiern aus Pappe zum Füllen sowie als Marktführer für die Herstellung von Schultüten hat sich das Unternehmen einen festen Platz im Herzen seiner Kunden erobert.

Seit der Gründung im Jahr 1894 durch Carl August Nestler hat sich das Unternehmen durch viele Höhen und Tiefen bewegt, politische Herausforderungen gemeistert und sich stets weiterentwickelt. Seit 1953 befindet sich das Unternehmen in Familienhand.



Anfang des 20. Jahrhunderts verlagerte Nestler seinen Fokus auf die Produktion traditioneller Zuckertüten

Heute steht Nestler als Zeugnis für die Vision und Ausdauer ihrer Gründer. Seit 2007 als zwei eigenständige Unternehmen tätig, florieren sie weiterhin, mit etwa 50 engagierten Mitarbeitern, die jährlich über zwei Mio. Schultüten in Handarbeit fertigen. Von der kleinsten 12-cm-Tüte bis zum prachtvollen meterlangen Meisterwerk umfasst das Angebot von Nestler eine vielfältige Auswahl an Designs, die regionale Vorlieben und zeitlose Traditionen bedienen.

### Ein Erbe des Handwerks

Der Weg von einem einfachen grauen Pappendreieck zu einer lebendigen, kunstvollen Schultüte ist ein Prozess, der acht akribische Schritte und über 200 einzigartige Motive umfasst. Jede Tüte ist mit zarter Tüll, dekorativen Bändern, glitzernden Edelsteinen oder Stoffblumen verziert, um sicherzustellen, dass jede Kreation Freude und Staunen in den Augen der Kinder



Auch zu DDR-Zeiten produzierte Nestler hochwertige Schultüten



Im Juli 1990 begann ein neues Kapitel, als Ursula Nestler, ihr Bruder Andreas und ihr Cousin das Familienunternehmen wieder reprivatisierten. Hier zu sehen ist Frau Nestler auf einer Messe in den 90er-Jahren

hervorruft. Von bescheidenen Anfängen bis hin zum Vorreiter in der Schultüten-Herstellung hat Nestler den Geist der Handwerkskunst bewahrt und gleichzeitig Raum für kreative Neuerungen geschaffen. Die Produktion erfolgt in Deutschland in Ehrenfriedersdorf. Auch die Druckereien befinden sich in der näheren Umgebung. Die Produktionsprozesse werden regelmäßig hinterfragt und bei Bedarf modernisiert oder ergänzt. Die Unternehmensphilosophie von Nestler umfasst die Werte von Bodenständigkeit, Kreativität, Ehrlichkeit, Fleiß, sowie die Liebe zu Kindern und zum Familiensinn. Das Unternehmen legt großen Wert darauf, die Tradition des „Made in Germany“ zu wahren, indem es fast alle seiner Produkte in Deutschland herstellt.

### Innovative Vielfalt und Tradition

Nestler setzt auch in diesem Jahr die Tradition fort, hochwertige Schultüten und Ostereier herzustellen, die die Herzen von Kindern und Eltern gleichermaßen erfreuen. Mit einem frischen Sortiment, das kontinuierlich aktualisiert und an die neuesten Trends und Geschmäcker angepasst wird, schreibt das Familienunternehmen seine langjährige Erfolgsgeschichte weiter. Nestler legt großen Wert auf die Zufriedenheit seiner Kunden und strebt danach, ihre Erwartungen stets zu übertreffen. Durch die kontinuierliche Verbesserung und Anpassung des Sortiments an die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden bleibt das Unternehmen ein verlässlicher Partner für Eltern und Kinder, wenn es um Schultüten und Ostereier geht.

### Save the date!

Zur **Feier des Jubiläums** lädt Nestler am **28. Juli 2024** zu einem Fest für die ganze Familie ein. Die Feierlichkeiten am Standort in Ehrenfriedersdorf versprechen ein buntes Programm mit zahlreichen Aktivitäten für Groß und Klein.

## Messen und Termine (ohne Gewähr)

Bitte informieren Sie sich vor geplanten Messe- oder Veranstaltungsbesuchen zeitnah nochmals bei den jeweiligen Veranstaltern, ob die Veranstaltungen/Messen stattfinden. Stand: 25.05.2024

MONAT	DATUM	MESSE/VERANSTALTUNG	ORT
Juni 2024	06.06. - 08.06.	DuoSymPos XL	Berlin
	15.06. - 16.06.	Spiel Doch! Am Bodensee	Friedrichshafen
	19.06. - 20.06.	Brandmate	Offenbach
	29.06. - 01.07.	Playtime Paris	Paris, Frankreich
Juli 2024	03.07. - 04.07.	BVS/DVSI Zusammenspiel	Burg Lichtenberg
	06.07. - 08.07.	TrendSet Sommer	München
	17.07. - 20.07.	Mega Show Bangkok	Bangkok, Thailand
	27.07. - 29.07.	Sommer-Nordstil	Hamburg
	28.07. - 30.07.	Playtime New York	New York, USA
August 2024	14.08. - 16.08.	SARCD A Christmas	Midrand/Johannesburg, Südafrika
	21.08. - 25.08.	Gamescom	Köln
	29.08. - 01.09.	Tokyo Toy Show	Tokio, Japan
September 2024	03.09. - 05.09.	Kind + Jugend	Köln
	04.09. - 06.09.	TIGS - Tokyo International Gift Show	Tokio, Japan
	04.09. - 13.09.	Toy Fair Los Angeles	Los Angeles, USA
	07.09. - 09.09.	Cadeaux Leipzig/Floriga	Leipzig
	12.09. - 14.09.	Kids India	Neu-Delhi, Indien
	20.09. - 22.09.	Hobbymesse Leipzig	Leipzig

NOSTHEIDE VERLAG

## Spiel doch! in Dortmund erfüllt Erwartungen

15.800 Besucher besuchten die Brett- und Kartenspielmesse auf dem Dortmunder Messegelände – Über 170 Aussteller und Marken waren auf der Spiel Doch! in Dortmund vertreten

Die diesjährige Spiel doch! in Dortmund vom 26. bis 28. April konnte auch 2024 wieder wachsen. Ca. 15.800 Besucher (2023: 14.000) besuchten an diesem Wochenende die Brett- und Kartenspielmesse auf dem Gelände der Messe Dortmund. Damit steht für den Veranstalter fest: Das Konzept der Spiel doch!, allen Besuchern entspanntes Spielen zu ermöglichen und besonders Familien anzusprechen, ist voll aufgegangen. Nicht zuletzt deshalb waren auch mehr als 170 Aussteller und Marken auf der Messe vertreten, darunter neben den großen

und kleinen Verlagen auch Autoren, Flohmärkte, Künstler und Vereine.

Vor allem am Samstag platzte die große Halle 4 nach Angaben des veranstaltenden Nostheide Verlags angesichts des Ansturms zeitweise wieder fast aus allen Nähten. Die ohnehin schon große Spielfläche wurde daher am Samstag und auch für Sonntag noch einmal kurzfristig um Tische und Stühle erweitert, damit auch jeder einen Platz zum Spielen finden konnte. Am Ende standen über 660 Plätze zur Verfügung (zusätzlich zu den Spieltischen der Verlage),

die vor allem am Samstagmittag restlos besetzt waren. Deutlich zugenommen hat die Anzahl der Familien unter den Besuchern. Diese nutzten das Angebot der Spiel doch! gerade am Samstag und Sonntag. Die Besucher lobten die entspannte Atmosphäre mit den breiten Gängen ohne große Staus und reichlich Spielfläche sowie die Vielfalt an Ausstellern. Fest steht daher, dass die Fläche im nächsten Jahr wieder erweitert wird.

In 2025 findet die nächste Spiel doch! in Dortmund vom 28. bis 30. März 2025 statt.



## SPIELWARENMESSE

# Tag für Spieleerfinder

Die Game Inventors Convention auf der Spielwarenmesse 2025 ist der internationale Treffpunkt rund um die neuesten Spielideen – Die GamingHour verspricht wertvolles Networking und Austausch

Die Spielwarenmesse lockt Ende Januar die Spieleszene aus aller Welt nach Nürnberg. Schon jetzt stehen kreative Köpfe in den Startlöchern für die Internationale Spieleerfindermesse – Game Inventors Convention. Die beliebte Veranstaltung für Spieleautorinnen und -autoren findet am Freitag, den 31. Januar, zum dritten Mal direkt auf dem Messegelände statt. Ab sofort ist die Anmeldung möglich.

Eingebettet in das große internationale Netzwerk der Spielwarenmesse (28. Januar bis 1. Februar), findet die Game Inventors Convention erneut im NCC Mitte auf Ebene 1 in den Sälen Brüssel und München sowie im Foyer statt. Von 9 bis 18 Uhr werden Ideen und Prototypen vorgestellt sowie Kontakte geknüpft. Die Anmeldung für einen der begehrten Spieltische ist ab sofort möglich. Alle Informationen sind auf der Website der Spielwarenmesse zusammengefasst. Den Ausklang des Tages bildet von 18 bis 22 Uhr die beliebte GamingHour.

Eingeladen sind alle Teilnehmenden der Spieleerfindermesse: Spieleautorinnen und -autoren, Verlage, Medienschaffende und Content Creators. Zusätzlich verleiht der Alibaba Spieleclub seinen Spielepreis „DuAli“.

In diesem Jahr hat die Game Inventors Convention zum zweiten Mal während der Spielwarenmesse stattgefunden. Mit 145 Teilnehmenden aus 18 Ländern war sie erneut ausgebucht. Mit dabei waren Startups aus Israel, Mexiko und den USA. Alle Beteiligten schätzten den sehr guten Einblick in die Branche, die Gelegenheit ihr Netzwerk auszubauen sowie die vielversprechenden Gespräche mit den erfahrenen Redakteurinnen und Redakteuren. „Die Tatsache, dass rund 90 Prozent planen, im kommenden Jahr wieder dabei zu sein, verdeutlicht die Relevanz der Veranstaltung. Wir freuen uns auf zahlreiche neue Spielideen“, fasst Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG, zusammen.

## GAME

## Strategische Verstärkung

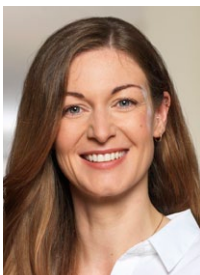
Der Game – Verband der deutschen Games-Branche schafft neue Stellen und verstärkt das Geschäftsstellen-Team in strategisch wichtigen Bereichen. Seit Juni ist **Philipp Senkbeil** Leiter der

Geschäftsstelle Teil des Teams. Die Position wurde neu geschaffen, um den gewachsenen Strukturen des Game und seines Netzwerks gerecht zu werden. Senkbeil übernimmt die Leitung der Geschäftsstelle in den Bereichen Finanzen, Personal, Prozesse und IT sowie die weitere Professionalisierung von Abläufen zwischen der Geschäftsstelle und den fünf Tochtergesellschaften.

Als Referentin Games-Förderung & Regional bekleidet **Vanessa Zeuch** seit Mai die neu geschaffene Stelle im Team von Maren Raabe, Leiterin Politische Kommunikation.



Philipp Senkbeil



Vanessa Zeuch



nordstil

27. – 29. 7. 2024  
HAMBURG

**HEIMAT  
& HAFEN  
FÜR VOLLE  
ERFOLGE**

Messemagazin  
TOPFAIR  
kostenlos bestellen.



messe frankfurt

SPIELWARENMESS E G

# Zukunftsorientierte Hallenbelegung

Die neue Hallenbelegung soll für ein bestmögliches Besuchererlebnis und einen höheren Messenutzen für alle Teilnehmenden sorgen – Erstmals wird die modernste Halle des Nürnberger Messegeländes eingebunden – Eigene Halle für „Schulbedarf, Schreibwaren, Kreatives Gestalten“

Mit der Weltleitveranstaltung hat das Team der Spielwarenmesse stets den Anspruch, die zahlreichen Produktgruppen optimal auf dem Gelände in Nürnberg zu platzieren und die einzelnen Hallen zukunfts- und erlebnisorientiert aufzustellen. Bereits auf dem kommenden Event vom 28. Januar bis zum 1. Februar 2025 verschafft der Veranstalter, die Spielwarenmesse eG, Ausstellern sowie Besucherinnen und Besuchern die Gelegenheit, von dem neuen Vor-Ort-Erlebnis zu profitieren. Eine geänderte Geländebelegung, welche erstmals die mehrfach prämierte Halle 3C einschließt, eröffnet verschiedenen Produktkategorien mehr Fläche und langfristige Wachstumsmöglichkeiten.

„Wir haben jede unserer 13 Produktgruppen analysiert, um diese optimal zu platzieren. Mit der neuen Aufteilung und der Erweiterung der Hallen gestalten wir die Spielwarenmesse zukunfts-fähig und bieten den Besuchenden eine Steigerung des Messenutzens“, erklärt Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG. Das neue Konzept bindet erstmals die Halle 3C in den Geländeplan ein. Das Meisterwerk der preisgekrönten Architektin Zaha Hadid schafft eine besonders einladende Atmosphäre und verspricht den sehr wertigen Ständen in den wachsenden Segmenten „Baby- und Kleinkindartikel“ sowie „Lifestyleprodukte“ eine moderne Halle mit viel Tageslicht. Besonders praktisch: Die direkten Übergänge zu den Hallen 1, 2 und 3 nutzen mit kurzen Laufwegen die bestehenden Synergien der angrenzenden Kategorien.

In unmittelbarer Nachbarschaft zieht die Produktgruppe „Schulbedarf, Schreibwaren, Kreatives

Gestalten“ in Halle 2 ein. „Durch die Absage der Insights-X herrscht eine hohe Nachfrage von Ausstellern aus dem Bereich Papier-, Büro- und Schreibwaren, die sich jetzt auf der Spielwarenmesse präsentieren möchten“, betont Florian Hess, Mitglied des Vorstands der Spielwarenmesse eG. Aus diesem Grund erhält das Thema nun eine eigene Halle, die das Stationery-Angebot bündelt und Wachstumsmöglichkeiten auf Aussteller- und Besucherseite schafft. Die Kategorie bietet vor allem im Back-to-School- und Kreativbereich große Potenziale, die auf der Spielwarenmesse künftig noch stärker ausgeschöpft werden.

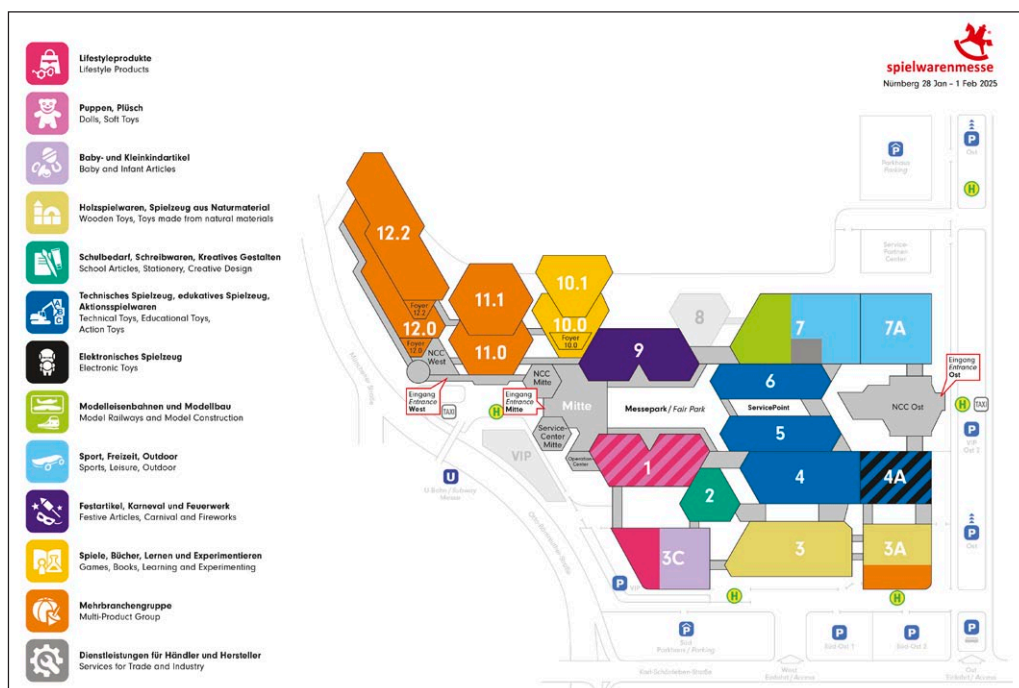
## Neuerungen in Halle 7

Eine neue Dynamik entwickelt sich ebenso in Halle 7. Zum einen wird dem Wunsch der Aussteller Rechnung getragen, „Modellisenbahnen und Modellbau“ noch näher an die Produktgruppe „Technisches Spielzeug, edukatives Spielzeug, Aktionsspielwaren“ heran-

zurücken. Namhafte Firmen wie beispielsweise Hornby Hobbies, ICM Holding, IXO-Models, Märklin, Noch und Tamiya haben bereits ihre Wiederbeteiligung bekundet. Zum anderen wird die Halle 7 künftig durch „Sport, Freizeit und Outdoor“ sowie „Dienstleistungen für Händler und Hersteller“ besetzt. Die Produktgruppe „Sport, Freizeit, Outdoor“ belegt zusätzlich die Halle 7A, die dank moderner Gestaltung und Lichtdurchflutung ideal ist für Aktionsflächen und Produktvorführungen.

Darüber hinaus punktet sie durch die prominente Lage in unmittelbarer Nähe zum Eingang NCC Ost. Die Belegung der anderen Hallen bleibt unberührt.

„Die Veränderungen sind darauf ausgerichtet, die Attraktivität der Spielwarenmesse weiter zu steigern und Synergien zu fördern, aber auch Perspektiven für Erweiterungen aufzuzeigen, um allen Teilnehmenden ein optimales Messe-Erlebnis zu bieten“, resümiert Christian Ulrich.





MESSE FRANKFURT

# Ethical Style auf der Sommer-Nordstil

Vom 27. bis zum 29. Juli 2024 verwandelt sich das Hamburger Messegelände wieder in das lokale Zentrum für stilvolle Sortimentsgestaltung – Inspirationen für einen nachhaltigeren PoS mit dem kuratierten Ethical-Style-Programm

**E**thical Style bündelt seit der Winter-Nordstil 2024 die verschiedenen Facetten von Nachhaltigkeit in sechs Kategorien: Eco-Friendly Material, Eco-Optimised Production, Fair & Social Production, Re-/Upcycling Design, Handmade Manufacturing sowie Sustainable Innovation. „Mit Ethical Style by Nordstil berücksichtigen wir unterschiedliche Aspekte der Nachhaltigkeit und bieten vor allem eins: Orientierung im geschäftsentscheidenden Megatrend und eine effiziente Suche nach den richtigen Partner für die Sortimente unserer Besucher“, so Susanne Schlimgen, Leiterin Nordstil.

Eine unabhängige Jury internationaler Experten kuratiert das Special Interest und kürt in dieser Ausgabe rund 40 Aussteller. Jurierte Unternehmen sind unter anderem Becker Manicure, Dorothee

Lehnen, Herforder Werkstätten, Klatt Objects, Könitz Porzellan, Öjbro Vantfabrik und Soruka. Besucher erkennen alle teilnehmenden Unternehmen durch die Kennzeichnung direkt am Messestand oder in der Online-Ausstellersuche unter dem Special Interest Ethical Style by Nordstil. Auf zwei Ethical Style Spots werden ausgewählte Produkte direkt für den PoS inszeniert. Das Vortragsprogramm des Forums dieser Nordstil-Ausgabe bietet ebenfalls vielseitige Einblicke in den Megatrend Nachhaltigkeit, wie mit dem Vortrag von Mimi Sewalski, Avocadostore, „Nachhaltige Brands, grüne Kommunikation – der schmale Grad zwischen Greenhushing und Greenwashing“.

Die Sommer-Nordstil findet vom 27. bis 29. Juli 2024 statt, die nächste Winter-Nordstil vom 11. bis 13. Januar 2025.

MESSE FRANKFURT

# Vertrag bis 2028 verlängert

**I**m Mai haben Repräsentanten der Frankfurter Buchmesse und der Messe Frankfurt die Verlängerung des Vertrags bis Ende 2028 unterschrieben. Damit wird eine gute Tradition fortgesetzt: Seit 1951 findet die größte internationale Buchmesse in den Hallen der Messe Frankfurt statt – sogar in den Pandemie-jahren und unter herausfordernden Bedingungen. Die neue vertragliche Vereinbarung setzt auf die postpandemische Normalität und sichert Frankfurt als internationalen Messe-Standort. Außerdem priorisieren beide Vertragsparteien

darin das Thema Nachhaltigkeit bei der Veranstaltungsdurchführung.

Uwe Behm, Gf. der Messe Frankfurt: „Die Frankfurter Buchmesse ist nicht nur ein Unikat, das auf die globale Marke und Bekanntheit der Stadt einzahlt, sondern trägt über die Umsätze der Hotels, Restaurants, Taxibetriebe und vieler anderer Dienstleister zum Wohlstand in Frankfurt und der gesamten Region bei. Wir freuen uns, dass die Messe Frankfurt in bewährter Manier weiterhin ihr Gelände und ihre Services zur Verfügung stellen kann.“



Weitere News lesen Sie auf [www.spielzeuginternational.de](http://www.spielzeuginternational.de)

**JETZT  
TICKETS  
SICHERN!**

**6. – 8.  
JULI  
2024**



[trendset.de/shop](https://trendset.de/shop)

**MÜNCHEN**

## LIVE & GIVE

Furniture & Lighting  
Decorations & Accessories  
Furnishings & Design Objects  
Home & Textiles  
Fashion & Jewellery  
Beauty & Wellness

## DECORATE & CREATE

Gifts & Fun  
Spirituals & Souvenirs  
Christmas & Seasonals  
Floristry & Garden

## COOK & EAT

Kitchen & Tabletop  
Food & Drink

## WORK & PLAY

Stationery & Papery  
Office & School  
Hobbies & Toys

## TOPIC AREAS

TrendSet Bijoutex  
TrendSet Newcomer  
TrendSet Fine Arts

**T R E N D  
S E T Sommer  
2024**

[www.trendset.de](https://www.trendset.de)

BAUER SPIELWAREN

# Lernspaß mit Headu

Die Lernspiele der Marke Headu fördern Kinder verschiedenen Alters auf unterhaltsame Weise in den Bereichen Farben, Beziehungen, Zahlen, Wörter und Logik

Mit dem „Colorito Farbspiel Montessori“ lernen Kinder im Alter von 2 bis 4 Jahren auf einfache Weise, Farben in ihren verschiedenen Abstufungen zu unterscheiden. Dank der in ihren wirklichen Farben abgebildeten Elemente begreifen auch Kleinkinder schnell. Kinder werden darin gefördert, Farben und ihre verschiedenen Abstufungen zu erkennen. Ihre visuell-naturalistische Intuition wird trainiert.

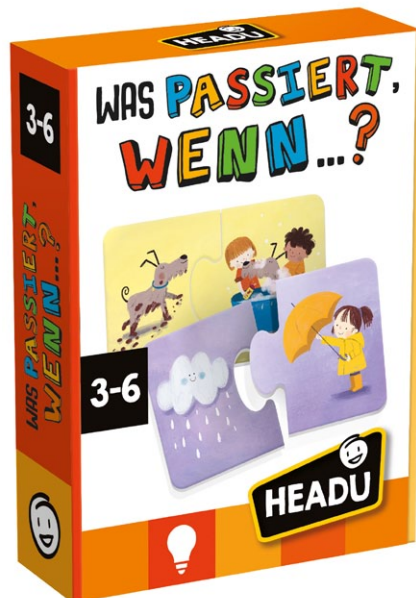


Mit dem „Colorito Farbspiel Montessori“ lernen Kinder im Alter von 2 bis 4 Jahren die Farben kennen



Mit „Meine erste Enzyklopädie Montessori“ können Kinder im Alter von 3 bis 6 Jahren auf der praktischen Schreibunterlage aus Holz mit den beweglichen Buchstaben ihre ersten Wörter bilden und sie anschließend mit dem löschbaren Stift auf die Tafel schreiben. Dank der lexikalischen Umgebungen erwerben sie außerdem einen großen Grundwortschatz. Zudem lernen sie die Welt um sich herum und Wortbedeutungen kennen und das visuelle Gedächtnis wird trainiert.

Bei dem originellen Logikspiel „Was passiert, wenn...?“ beobachtet und vergleicht das Kind Gegenstände und Situationen, begreift den Bezug untereinander sowie den Zusammenhang von Ursache und Wirkung. So wird das logische Denken entwickelt – das Kind lernt, Reihen zu bilden, zu vergleichen und Verbindungen herzustellen.



Das Logikspiel „Was passiert, wenn...?“ eignet sich für Kinder im Alter von 3 bis 6 Jahren

In „Wer entdeckt es zuerst?“ für Kinder zwischen 5 und 10 Jahren sind Schnelligkeit, Konzentration und logi-



In „Wer entdeckt es zuerst?“ erwartet die Kinder jede Menge Action

sches Denken gefragt. Das Spinner-Rad wird dabei gedreht und die Spieler suchen schnellstmöglich die richtigen Motive. „Wer entdeckt es zuerst?“ ist ein spannendes Beobachtungs- und Schnelligkeitsspiel mit verschiedenen Spielvarianten, bei denen Kinder und Erwachsene zusammenspielen können. Dabei werden Fähigkeiten wie Beobachtungsgabe und visuelles Gedächtnis, Konzentration, Logisches Denken, Sortieren und Klassifizieren sowie das Erkennen von Farben gefördert.

In „Ein Spiel ums kleine Einmaleins“ für Kinder zwischen 6 und 10 Jahren geht es darum, wer am schnellsten rechnet. Der Spieler zieht eine Karte, liest die Multiplikation und findet das richtige Ergebnis. Doch muss er schneller sein als seine Spielgegner. Bei diesem spannenden Spiel ums kleine Einmaleins wird das Kopfrechnen trainiert und die Spieler lernen das Pythagoras-Brett kennen.



„Ein Spiel ums kleine Einmaleins“ für Kinder zwischen 6 und 10 Jahren trainiert das Kopfrechnen auf spielerische Weise



SPACE



42181 VTOL Schwerlastrumfrachter LT81



42605 Mars-Raumbasis mit Rakete



71475 Der Weltraumbuggy von Mr. Oz

## SCHENKE UNENDLICHE WELTRAUMABENTEUER

- ❑ Diese galaktischen LEGO® Modelle stecken voller Abenteuer und lassen Kinder ihre Faszination für den Weltraum ausleben
- ❑ Coole Geschenke für Weltraumfans: Abwechslungsreiche Spielsets für weltraumbegeisterte Kinder und Fans cooler Weltraumspielzeuge ab 7 Jahren
- ❑ Die NEUE Luftschleuse sorgt dafür, dass es bei den Weltraum-Sets Klick macht! Die LEGO® City, Friends und Technic Sets lassen sich mit dem neuen Luftschleusenelement verbinden



60433 Modulare Raumstation



31152 Astronaut im Weltraum



REVELL

# Anpfiff für die RC-Fußball-Liga

Das „RC Car Football League“-Set von „Revell Control“ kombiniert RC-Spaß mit Fußball – Die mit Flaggen-Stickern individualisierbaren RC-Flitzer verfügen über LED-Effekte für Matches im Dunkeln

Wenn im Sommer wieder die Begeisterung dafür steigt, den Ball rollen zu sehen, bringt das „RC Car Football League“-Set von „Revell Control“ den Puls der Fans auf Hochtouren. Das Set enthält alles, was man für eine gelungene Partie braucht: zwei ferngesteuerte Fahrzeuge, zwei Tore und einen Ball.

Mit dem neuen ferngesteuerten „RC Car Revell Football League“-Set ist ganz besonderer Fahrspaß garantiert – denn hier können Fans ab 6 Jahren ihre Vorliebe für Rennautos mit ihrem Faible für Fußball vereinen. An beiden RC-Cars sind Führungsschaukeln angebracht, mit denen das Runde ins Eckige befördert wird. Durch ihre praktische Größe von 17 cm Länge im Maßstab 1:22 kann man sie überallhin mitnehmen und so eignen sie sich perfekt, um jeden beliebigen Quadratmeter in ein Fußballfeld zu verwandeln. Die Autos haben nicht nur jeweils ein cooles Design, sondern auch in die Karosserie eingebaute LEDs, die auch bei



Die RC-Cars im Maßstab 1:22 sind ca. 17 cm lang

Dunkelheit für eindrucksvolle Momente sorgen – und das ganz ohne Flutlicht-Arena. Für die individuelle Gestaltung liegt dem Set ein Stickerbogen mit Länderflaggen bei – so kann jeder Fan seinem Team zujubeln. Dank der störungsfreien 2.4-GHz-Technologie kann man mit dem

Set nicht nur wunderbar Auto-Fußball spielen, sondern sich auch andere spannende Rennen liefern. Das „RC Car Revell Football League“-Set qualifiziert sich also ganz ohne Vorrunde zum tollen Begleiter für ausgiebigen Outdoor- und Indoor-Fahrspaß.



Im Set ist alles Nötige für RC-Fußball-Action enthalten



Unsere **Juli/August-Ausgabe 2024** erscheint am 24. 07. 2024.  
Disposchluss ist der 01.07.2024.

Wir beraten Sie gerne! Tel.: 09194 73 78-0  
oder E-Mail: [spielzeug@spielzeuginternational.de](mailto:spielzeug@spielzeuginternational.de)

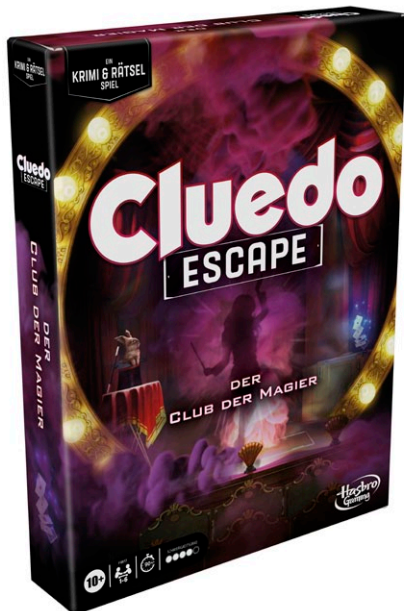


HASBRO

# „Cluedo“ für Escape-Room-Fans

„Cluedo Escape – Der Club der Magier“ bietet ein unkompliziertes Escape-Room-Erlebnis mit den klassischen „Cluedo“-Charakteren

Als eine berühmte Magierin verschwindet, wird es brenzlig. Magenta führt ihre spezielle Illusion des Spiegelwandels auf, als sich das Theater plötzlich mit Rauch füllt und ein Schrei ertönt. Dann ist Magenta verschwunden. Nun müssen die Spieler aus dem Club fliehen und das Geheimnis um ihr Verschwinden lösen. Es gilt herauszufinden, wer sie sabotiert hat, wo sie gefangen



In „Cluedo Escape – Der Club der Magier“ erwartet die Spieler jede Menge spannender Rätsel

gehalten wird und womit der Trick verteilt wurde. „Cluedo Escape – Der Club der Magier“ präsentiert die klassischen „Cluedo“-Charaktere in einem spannenden Escape-Room-Erlebnis, bei dem die Spieler ohne große Vorbereitungen sofort loslegen können. Sie ziehen mit ihren Figuren von Raum zu Raum, während sie

Karten ziehen, Rätsel lösen, neue Räume enthüllen und Beweise sicherstellen. Nachdem die Spieler aus dem Club geflohen sind, überprüfen sie alle Beweise, um die richtige Anklage zu erheben und zu gewinnen. „Cluedo Escape – Der Club der Magier“ eignet sich für einen bis sechs Spieler ab 10 Jahren.

ANZEIGE

## BIZYBOO™

SEEK 'N' FIND BUSY BAGS

### Neu

Kannst du alle Symbole finden?



Heinrich Bauer GmbH & Co. KG • Hans-Bunte-Str. 2 • 90431 Nürnberg  
 Tel.: +49 (0)911-32452-0 • Fax: +49 (0)911-32452-40  
 E-Mail: info@bauer-spielwaren.de • www.bauer-spielwaren.de

www.bauer-spielwaren.de  
 info@bauer-spielwaren.de

FOLLOW US @heinrichbauer\_toys

BOTI

# Streaming und Online-Gaming sorgen für neues Spielwaren-Merchandising

300 Millionen Benutzer der Roblox-Plattform weltweit als potenzielle Kunden für den Spielwarenhandel – Spielwarenmärkte erfolgreich dabei – McDonalds startet mit „Pet Simulator“-Spielzeugen im Happy Meal in der DACH-Region

Der Spielwarenumsatz in den letzten Monaten war in Deutschland und weiteren größeren europäischen Ländern alles andere als erfreulich.

Dagegen hat die Welt in den letzten Jahren einen erheblichen Aufschwung bei Spielzeugartikeln erlebt, die auf Videospiele basieren.

Über dieses ‚neue Spielwarenthema‘ hat SPIELZEUGinternational mit dem seit vielen Jahren kreativen Spielwaren-Vermarkter Nico Blauw gesprochen, der auch Chef der Firma Big on Toy Innovation (Boti) ist und den DACH-Markt wieder mit innovativen Aktivitäten in Schwung bringen will.

„Wo Verbraucher früher viel Geld für den Kauf von Konsolen und VideospieldVDs ausgeben mussten, sind die Spiele heutzutage leicht zugänglich und günstig, solange man über ein Gerät und eine WLAN-Verbindung verfügt. Und was noch interessanter ist: Sie können jederzeit und an jedem Ort auf diese Spiele zugreifen. So können die Japaner zeitgleich mit den Deutschen spielen, die Australier zeitgleich mit den Amerikanern. Und sie spielen mit- und gegeneinander“, stellt Nico Blauw ganz sachlich fest und fügt hinzu, dass dies ein sehr großer Unterschied zur Spielwarenindustrie sei, die

wir kennen würden. „Wir warteten auf die Veröffentlichung eines Videospiels oder Films und es konnte Monate dauern, bis es, sagen wir mal, auf dem deutschen Markt erschien. Das Gleiche gilt für Fernsehserien. „Pokémon“ oder „Yu-Gi-Oh!“ erfreuten sich in Japan und den USA großer Beliebtheit, doch es dauerte Jahre, bis die Animation und die Merchandise-Artikel nach Europa gelangten. Diese Tage sind vorbei“, betont Blauw.

Kinder ab 5 Jahren hätten Zugang zu mobilen Geräten, mit 8 Jahren seien sie begeisterte Online-Gamer und mit 8 Jahren höre es noch nicht auf. Kinder, Kleinkinder und sogar Erwachsene spielten Online auf Plattformen wie Roblox auch Handyspiele, die im App Store oder bei Google heruntergeladen werden könnten.

Streaming und Online-Gaming hätten dem Verbraucher und den Einzelhändlern eine völlig neue Welt eröffnet. Für uns Lieferanten und Einzelhändler sei es nicht einfach, den Wünschen unserer Verbraucher zu folgen. Und anders als bei Filmen und Fernsehserien sei es schwierig, ihm zu folgen und ihn zu verfolgen. Allerdings seien online viele Daten zu finden.



Eine der beliebtesten Plattformen, auf denen viele beliebte Spiele gehostet werden, sei Roblox, so Nico Blauw. Was ist nun Roblox? Für diejenigen, die hier mehr erfahren möchten, empfiehlt es sich, sich die Roblox-Website etwas näher anzusehen: <https://backlinko.com/roblox-users>

Vorab schon mal ein paar aussagekräftige Zahlen: Roblox hat über 300 Millionen aktive Benutzer pro Monat (9 Millionen Nutzer waren es im Jahr 2016); Roblox hat weltweit über 70 Millionen täglich aktive Nutzer (nach 10 Millionen im Jahr 2018); 60 Prozent der Roblox-Benutzer sind unter 16 Jahre alt, 17 Prozent sind über 25 Jahre alt und 27 Prozent der Spieler sind Europäer, 22 Prozent kommen aus den USA/Kanada, 23 Prozent aus Asien und 18 Prozent aus dem Rest der Welt.

Die Plattform Roblox beherbergt viele beliebte Spiele, die Verbraucher jeden Alters gerne spielen. Die derzeit elf beliebtesten Spiele sind im folgenden Link aufgeführt:

<https://www.androidpolice.com/most-popular-roblox-games/>



Boti vertreibt die Spielwarenfiguren aus dem Online-Gaming und Influence-Präsentationen in Deutschland, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Frankreich, Österreich und der Schweiz. Hier einige der Top-Artikel wie z. B. die Figuren aus dem Videospiel „Poppy Playtime“ sowie „Rainbow Friends“ und „Blox Fruits“





Ein weiteres Highlight sind die „Aphmau“-Figuren der gleichnamigen amerikanischen Megastar-Gamerin und YouTube-Stars. Mit mehr als 19 Milliarden Aufrufen hat sie einer der größten Gaming-Kanäle auf YouTube

Neben Roblox haben auch mobile Spiele, die auf Microsoft/Android/IOS gespielt werden, einen ähnlichen Erfolg erlebt.

Die fünf beliebtesten Roblox- und Mobile-Spiele im Hinblick auf den Merchandise-Umsatz im Jahr 2023 waren laut Nico Blauw:

- 1) **Blox Fruits** (Waren sind mit Geheimcodes ausgestattet, die Verbraucher online nutzen können) – Roblox
- 2) **Pet Simulator** (Waren sind mit Geheimcodes ausgestattet, die Verbraucher online verwenden können) – Roblox
- 3) **Rainbow Friends** (keine Codes, wird aber zum gleichen Preis wie Blox Fruits verkauft) – Roblox
- 4) **Piggie** (Waren sind mit Geheimcodes ausgestattet, die Verbraucher online nutzen können)
- 5) **Poppy Play Time** (Waren sind mit Geheimcodes ausgestattet, die Verbraucher online nutzen können) – Microsoft/Android/IOS

Diese Art von Produkten sei bei Kindern so beliebt, betont Blauw, dass McDonalds beschlossen habe, diesen Herbst in Europa eine Happy-Meal-Kampagne „Pet Sim“ zu starten. Das sei das erste Mal, dass McD so etwas mache.

„Was haben wir gesehen, seit wir Roblox Merchandise in Deutschland eingeführt haben?“, fragt Nico Blauw und gibt hierfür selbst die passenden Antworten: „1) Wir haben im Mai 2023 mit Smyths, Müller und Rofu einen ‚Poppy Playtime & Pet Simulator‘ gestartet. Trotz ihrer Bedenken verkauften sich die Produkte vom ersten Tag an sofort, ohne nennenswerten Marketingschub. Unser größtes Anliegen war die Bereitstellung ausreichender Lagerbestände.

2) Mitte Dezember 2023 haben wir ‚Rainbow Friends und ‚Blox Fruits‘ mit Smyths in Deutschland eingeführt. Der Start war unglaublich: Bis Ende Dezember verkaufte Smyths insgesamt 5000 Stück pro Woche:

- A. Rainbow Friends (2 Artikel).
- B. Blox Fruits (2 SKU’s).
- C. Poppy Play Time (3 Artikel).
- D. Five Nights at Freddy’s (1 SKU, nicht mit Roblox verwandt, aber basierend auf Netflix-Erfolg).

3) Seit Mitte Dezember hat Smyths weiterhin einen Überschuss von über 6.000 Stück pro Woche verkauft, was Stabilität und Wiederholungskäufe beweist.

4) Ende Februar trat Rofu den Programmen bei und verkündete eine sofortige Einführung.

5) Anfang März ist Mediamarkt/Saturn dem Programm beigetreten.

Innerhalb von zwei Wochen gaben sie Nachbestellungen auf und verzeichneten für den Rest des Jahres einen großen Auftragseingang.

6) Ende März bestätigte Rossmann, dass sie ‚Rainbow Friends‘ in Woche 22 starten werden

7) Anfang April bestätigte Lidl International die Listung von ‚Rainbow Friends‘ für das erste Quartal 2025.

8) Vedes nimmt am Programm teil.

9) Ende April kam Müller endlich an Bord, nicht weil sie nicht daran glauben, sondern wegen allgemeiner Lagerprobleme, die zunächst geklärt werden mussten.

Wir sind fest davon überzeugt, dass diese Produkte ein enormes Potenzial haben und dass dies eine neue, aber bewährte Zukunft für die Spielzeugindustrie und den Handel ist“, schloss Boti-CEO Nico Blauw seine hochinteressanten Ausführungen.

### McDonalds startet in DACH „Pet Simulator – Happy Meal“

In den kommenden Monaten wird McDonalds die Aktion „Pet Simulator – Happy Meal“ in DACH starten. Für einen Zeitraum von vier Wochen sind „Pet Simulator“-Spielzeuge beim Kauf eines Happy Meal erhältlich!

- Schweiz: 6. - 26. Juni
- Österreich: 5. September - 9. Oktober
- Deutschland: 5. September - 9. Oktober

Dieses einzigartige Spielzeug-Happy-Meal-combo, das ausschließlich auf einem beliebten Online-Spiel basiert, kann als ziemlich revolutionär bezeichnet werden.

Dies bestätigt einmal mehr, dass auch Institutionen wie McDonalds erkennen, dass junge Verbraucher immer weniger von TV- und Film-Franchises inspiriert werden und sich hauptsächlich konzentrieren auf Online-Gaming und Influencer-bezogene Marken. Hier ist ein Beispiel für diese Aktion, die unter anderem bereits in Belgien gestartet ist:

<https://www.mcdonalds.be/en/family>

Und Nico Blauw hofft darauf, daß diese Aktionen auch zu positiven Verkäufen in den DACH-Geschäften führen, die seine „Pet Sim“-Artikel führen.



Das Hitspiel „Pet Simulator X“ ist ein Roblox-Spiel, bei dem Münzen und Edelsteine zu sammeln sind, um mächtige Haustiere freizuschalten., die es jetzt auch als Haustier-Sammelfiguren gibt

LEGO

# Galaktische Abenteuer

Die neuen Lego-Space-Sets „Lego City Kommando-Rover mit Ladekran“ und „Lego Friends Mars-Raumbasis mit Rakete“ eignen sich für kleine Weltall-Fans ab 7 bzw. 8 Jahren

Das neue „Lego City Kommando-Rover mit Ladekran“-Set lässt Kinder ab 7 Jahren fremde Planeten erkunden. Das futuristische Fahrzeug bietet alles Nötige, um ferne Planeten zu erforschen, beispielsweise acht Räder, große Reifen, Staufächer für Gesteinsproben, einen Kranarm und eine Ladebucht, in der das

Labor mit seiner Luftschleuse andocken kann. Außerdem beinhaltet das Spielset eine Planetenkulisse, in der die Forscher außerirdische Pflanzen und einen Energiekristall entdecken können. Mit den vier enthaltenen Weltraumcrew-Minifiguren, einem Roboter und zwei Alien-Actionfiguren lassen sich viele spannende Weltraumabenteuer darstellen.

Ein weiteres neues Space-Set ist das „Lego Friends Mars-Raumbasis mit Rakete“-Set, das junge Forscher dazu inspiriert,

Das „Lego City Kommando-Rover mit Ladekran“-Set besteht aus 758 Teilen



Aus 981 Teilen lässt sich die „Lego Friends Mars-Raumbasis mit Rakete“ bauen

sich näher mit dem Weltraum zu befassen. Das Bauset für Mädchen und Jungen ab 8 Jahren beinhaltet drei Spielfiguren und eine Katze sowie eine Rakete, einen Erkundungsrover, eine Forschungsbasis aus Modulen und wissenschaftliches Zubehör.

Ein weiteres neues Lego-Space-Set, das sich für Kinder ab 10 Jahren eignet, ist der „Lego Technic VTOL Schwerlastraumfrachter LT81“ – mehr dazu in der Mai-Ausgabe von SPIELZEUGinternational auf der Seite 47.



BAUER SPIELWAREN

## Sensorischer Spaß

Bauer Spielwaren aus Nürnberg präsentiert die faszinierende Welt der „Bizyboos“, die bei Kindern ab 2 Jahren für lang anhaltenden Spielspaß sorgen. Die Beschäftigungstäschchen sind mit Perlen und einer Vielzahl versteckter, thematisch passender Objekte gefüllt. Die Aufgabe der Kinder besteht darin, durch das Verschieben der Perlen die versteckten Symbole und Buchstaben zu finden, die auf der beiliegenden Karte abgebildet sind.

Alternativ können auch die Aufgaben auf der Rückseite der Karte gelöst und die entsprechenden Objekte gefunden werden.

Hergestellt aus weichem und flauschigem Stoff, bieten die „Bizyboos“ stundenlangen sensorischen Spaß für die Kleinen. Gleichzeitig fördern sie deren Feinmotorik, Problemlösungsfähigkeiten und Konzentration.

Die „Bizyboos“ sind witzige Suchspiele für Kinder ab 2 Jahren







DUO SCHREIB &amp; SPIEL

## Lokal und digital stark

Mit starken Produkten und einer breit angelegten Kampagne ist die Kooperation zum Schulstart bestens aufgestellt – Die innovativen Displays des DuoRetailMedia-Systems sind digitale Kundenstopper am PoS – Umfassender Überblick über Angebot, Innovationen und Trends auf dem DuoSymPos XL 2024 erstmals für alle Händler

Die richtige Ausrüstung ist entscheidend für einen erfolgreichen Start ins Schuljahr. Mit einer breiten Auswahl an Schreibwaren bietet Duo alles, was Schülerinnen und Schüler für ihre täglichen Aufgaben benötigen. Von hochwertigen Stiften über Notizbücher bis hin zum Rucksack, der nicht nur funktional ist, sondern auch den individuellen Stil widerspiegelt.

Um diese Kompetenz zu vermitteln, kündigt Duo eine breit angelegte Schulstart-Kampagne an, die darauf abzielt, stationäre Geschäfte mit einer Vielzahl von hochwertigen Marken für Schreibwaren und Schulrucksäcke zu unterstützen. Diese Initiative wird durch eine sorgfältig geplante Integration von Print-, TV-, Radio-, Online-, Social Media und In-Store-Aktivitäten sowie dem erfolgreichen Duo-Mehrwertprogramm realisiert.

### Umfassende DuoSchulStart-Kampagne

Mit einem umfassenden Arsenal an Werbemitteln werden die stationären Geschäfte für das Schulgeschäft gestärkt und vorbereitet. Die Kampagne umfasst drei Print-Maßnahmen: den



Die Geschäftsführung von Duo Schreib & Spiel (v.l.): Hans Jörg Iden, Gabriele Lubasch und Thorsten Paedelt

Schulprospekt, den Kombi-Prospekt und den Schulflyer. Diese werden durch TV-Spots von renommierten Marken wie Faber-Castell und Pelikan sowie Radio-Kooperationen von Stabilo, Maped, Pelikan und Lego unter Führung von Duo unterstützt.

Eine besondere Attraktion sind die exklusiven Duo-Juhu-Angebote, die in allen Printmedien präsentiert werden und entweder Preisnachlässe oder attraktive

Bundles beinhalten. Diese Angebote sind nicht nur in den Geschäften erhältlich, sondern auch online auf duo-shop.de und weiteren angeschlossenen Marktplätzen verfügbar.

Um die Werbung noch persönlicher zu gestalten, bieten der Schulprospekt und der Schulflyer vier individuell anpassbare Felder für Produkte und Preise. Dies ermöglicht dem stationären Handel, Angebote gezielt und

individualisierter auf verschiedene Zielgruppen anzupassen.

Erstmals haben Duo-Anschlusshäuser ab einer Auflage von 10.000 Stück die Möglichkeit, die Angebotspreise eigenständig festzulegen und die Duo-Werbung um beliebige Seiten zu erweitern, um ihren lokalen Markt bestmöglich zu bewerben.

In der TV-Werbung, die in Zusammenarbeit mit Disney realisiert wird, steht die DuoSchulBox im Mittelpunkt, die Produktproben der Industrie enthält. Die Kampagne umfasst zwei Spots mit einem Media-Volumen von über 360.000 Euro. Für die Radio-Werbung hat Duo Schreib & Spiel mit vier Industriepartnern zusammengearbeitet, um über Radio-Teddy gezielte Spots (Media-Volumen: rund 200.000 Euro) zum Schulanfang zu schalten.

Die Berliner unterstützen den stationären Handel mit dieser umfassenden DuoSchulStart-Kampagne, um das Schulgeschäft und den Verkauf von Schultaschen erfolgreich zu gestalten.

„Der Beginn des Schuljahres ist eine spannende Zeit für Kinder und Eltern gleichermaßen“, sagt Carsten Groß, Marketingleiter von Duo Schreib & Spiel. „Unser Ziel ist es, diesen Übergang zu erleichtern, indem wir hochwertige Produkte anbieten, die den Anforderungen des Schulalltags gerecht werden und gleichzeitig Freude bereiten.“

### DuoMehrwertBox 2024 „Abenteuer Schule“

Verbraucher erhalten die gefüllte Duo-Mehrwertbox gratis ab einem Waren-



Die DuoSchulBox enthält Produktproben von Industriepartnern

einkauf der beworbenen Artikel im Wert von 30 Euro (mit einem Gutschein einlösbar). Die Box kommt mit Motiven der Lizenz „110 Jahre-Mensch ärgere Dich nicht“ („MÄDN“). Als Klou wurde ein komplettes „MÄDN“-Spiel in die Duo-MehrwertBox integriert. Den theoretischen Verkaufswert der Box gibt Duo mit rund 29 Euro an.

### DuoRetailMedia – Die Zukunft entdecken

Ab Juli 2024 wird eine revolutionäre Veränderung in den Duo-Anschlusshäusern eingeführt – das DuoRetailMedia-System. Was wäre, wenn traditionelle Plakate durch hochmoderne, digitale Kundenstopper ersetzt werden, die direkt am Point of Sale (PoS) platziert sind? Diese innovativen Displays werden mit zentralen Botschaften und Angeboten der Markenindustrie zentral geladen, um die Verbraucher direkt am Einkaufsort zu informieren und zu begeistern.

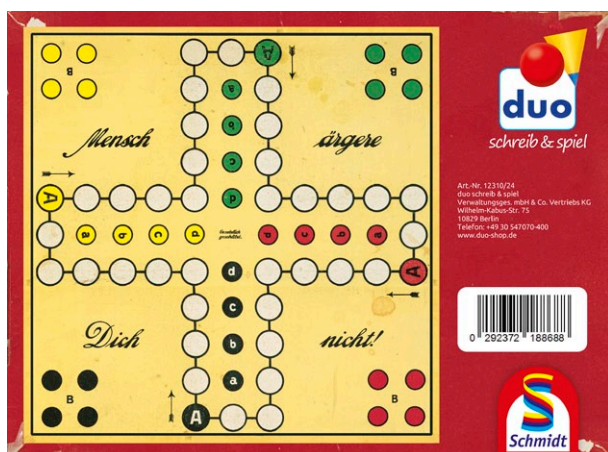
Für Duo-Anschlusshäuser bedeutet dies

Auf der Unterseite der DuoSchulBox kann „Mensch ärgere Dich nicht“ gespielt werden

eine völlig neue Dimension der Kundeninteraktion. Mit dem DuoRetailMedia-System können sie ihre Märkte mit Unternehmensinformationen, maßgeschneiderten Angeboten und individuellen Botschaften schnell und effektiv versorgen. Damit kann flexibler auf Preisänderungen reagiert und Produkte oder Dienstleistungen gezielter beworben werden – direkt am Ort des Kaufs.

In den kommenden Jahren werden 200 Duo-Anschlusshäuser mit DuoRetailMedia am PoS ausgestattet, um den Einsatz von Plakaten durch digitale Inhalte zu reduzieren und die Umweltbelastung zu verringern. Doch das ist erst der Anfang. Das DuoRetailMedia bietet auch eine spannende Möglichkeit, eigene Events im Handel zu bewerben. Von Produktlaunches über Verkaufsaktionen bis hin zu speziellen Veranstaltungen – die Möglichkeiten sind nahezu grenzenlos. Die Vermarktung eigener Events im stationären Handel wird durch die Duo-Zentrale aktiv gefördert, um das volle Potenzial des DuoRetailMedia-Systems auszuschöpfen und eine einzigartige Einkaufserfahrung für Kunden zu schaffen.

Duo lädt seine Anschlusshäuser ein, die Zukunft des Marketings mit der Innovation DuoRetailMedia – dem digitalen Kundenstopper von Duo Schreib & Spiel – zu erleben.







Die Displays des DuoRetailMedia-Systems informieren die Verbraucher direkt am Einkaufsort

### Neuer Duo-Beirat

Am 6. Juni 2024 findet die Gesellschafterversammlung der Duo Schreib & Spiel GmbH & Co.KG in Berlin statt. Auf der Tagesordnung steht unter anderem die turnusgemäße Wahl des Duo-Beirats. Der Beirat, bestehend aus fünf Mitgliedern, spielt eine zentrale Rolle bei der Kontrolle und der strategischen Beratung der Duo-Geschäftsführung.

Zur Wahl stehen Sabine Asmus aus Salzgitter, Steffen Messedat aus Berlin und Klaus Müller aus Nürnberg. Jeannette-Teerling-Rode steht aus privaten Gründen nicht für eine Wiederwahl zur Verfügung. Silvia Roßmann hat ihre Geschäftstätigkeit eingestellt und das Amt zum Jahresende 2023 niedergelegt.

Als neue Beiräte stehen Anne Naumann aus Schöllkrippen in Bayern und Nils Michelbrink aus Hamminkeln in NRW zur Wahl. Ihre umfassende Expertise und ihr Engagement sollen zur weiteren Entwicklung und zum Erfolg von Duo Schreib & Spiel beitragen.

(Anmerk. der Red.: Die Ergebnisse der Wahl finden Sie ab 10. Juni auf [www.spielzeuginternational.de](http://www.spielzeuginternational.de).)

Die Legislaturperiode des neuen Beirats beträgt zwei Jahre und endet mit der nächsten Beiratswahl zur Duo-Gesellschafterversammlung im Jahr 2026.



Das diesjährige DuoSymPos findet unter dem Slogan „Handel(n) heißt entscheiden“ statt

### DuoSymPos XL 2024

Das DuoSymPos, eine führende Branchenveranstaltung der Schreib-, Spiel- und Kreativbranche, findet vom 6. bis 8. Juni 2024 in Berlin statt und bietet den Teilnehmern eine inspirierende und informative Plattform. In diesem Jahr wird das bewährte Konzept durch die DuoRanzenShow erweitert, die den Besuchern einen Einblick in die neuesten Kollektionen der Ranzenhersteller bietet und die Messedauer auf drei Tage erhöht.

Unter dem Motto „Handel(n) heißt entscheiden“ steht die Hauptversammlung im Mittelpunkt der Veranstaltung. Experten und Branchenführer diskutieren über die Kunst des Entscheidens und dessen Auswirkungen auf Unternehmen und Gesellschaft.

Die DuoSymPos-Messe bietet den Besuchern einen umfassenden Überblick über das Angebotsspektrum, Innovationen und Trends im Markt. Das BrandSlam-Format ermöglicht es Referenten, ihre Themen im 15-Minuten-Takt präzise zu präsentieren. Zusätzlich können Besucher an den verschiedenen Kreativ-Punkten aktiv werden und Kreativ-Themen kennenlernen sowie die Umsetzung selbst ausprobieren.

Der persönliche Austausch wird an den Food-Stationen in der Messehalle gefördert, bei denen die Teilnehmer kulinarische Leckereien genießen und Gespräche über Neuheiten und Trends führen können. Als zentrales Informations- und Kommunikationstool dient die DuoSymPos-Messe-App, die den Teilnehmern einen einfachen Zugang zu allen relevanten Informationen bietet.

### Hochkarätiges Programm in Berlin

Ein Höhepunkt der Veranstaltung stellt der Vortrag von Dr. Felix Brych, zweifacher Weltschiedsrichter und fünf Mal deutscher Schiedsrichter des Jahres dar. Unter dem Thema „Mut zu

Entscheidungen“ teilt Dr. Brych seine Erfahrungen aus dem Fußballalltag und zieht interessante Parallelen zur Wirtschaft.

In der 4.600 m<sup>2</sup> großen Messehalle präsentieren sich über 100 Aussteller aus der Schreib-, Spielwaren-, Kreativ-, und Schultaschenbranche, die den Besuchern ihre Produkte, Neuheiten und Leistungsfähigkeit vorstellen.

Ein besonderes Highlight wird der Messe-Abend im Stadion „An der Alten Försterei“, der Heimspielstätte des Bundesligisten 1. FC Union. Die einzigartige Atmosphäre des Fußballstadions kombiniert mit Live-Musik und kulinarischen Genüssen versprechen den Abend zu einem unvergesslichen Erlebnis zu machen.

Das DuoSymPos 2024 positioniert sich nicht nur als Branchenveranstaltung, sondern als eine branchenübergreifende, inspirierende Plattform für den Austausch über die Zukunft des Handels. Durch die Öffnung des DuoSymPos bringen die Berliner neben den Duo-Händlerinnen und -Händler auch Gäste aus unterschiedlichen Branchen und Institutionen zusammen. So sind Vertreter der Kooperationen Assima (Taschen & Ranzen), Art & Creativ (Kreativ), DVSI (Spielwarenindustrie), Soennecken (PBS) sowie von den Spielwarenverbänden Idee + Spiel und Vedes als Besucher angekündigt. Diese breite Teilnahme verschiedener Akteure soll einen vielseitigen und bereichernden Austausch über aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen und Zukunftsperspektiven im Handel ermöglichen. Bilder der Veranstaltung finden Sie ab 11. Juni 2024 auf [www.spielzeuginternational.de](http://www.spielzeuginternational.de)

Das nächste DuoSymPos findet in Berlin vom 21. bis 23. Mai 2025 statt und bietet eine neue Gelegenheit, um Innovationen zu erleben, Ideen auszutauschen und neue Kontakte zu knüpfen.

SPIN MASTER

# Stylische Nägel mit coolen Motiven

Mit dem neuen „Cool Maker Go Glam Nagelstudio“ lassen sich Fingernägel kinderleicht verzieren – Ein Nachfüllset mit zwei Motivkartuschen ist ebenfalls erhältlich

**K**reativen Spaß bietet das neue „Go Glam Nagelstudio“. Mit dem innovativen Studio lassen sich Fingernägel nun noch leichter in trendige Fashion-Statements verwandeln. Dank der Lackierhilfe mit Silikonmaske ist das Lackieren auch kinderleicht: Silikonmaske



einfach aufklappen, den Finger einlegen und den Nagel unter die Öffnung schieben. Nach dem Zuklappen mit dem Applikator die gewünschte Nagellackfarbe aufzutupfen. Der Lack muss nicht besonders gleichmäßig aufgetragen werden, da er durch das Bedrucken geglättet wird. Nach dem Trocknen

*Das „Go Glam Nagelstudio“ eignet sich für Kinder ab 7 Jahren*

behält der Nagellack eine leicht klebrige Konsistenz, damit die Motive gut haften. Nach zirka drei Minuten kann bereits gedruckt werden. Modebewusste Kids ab 7 Jahren haben nun die Wahl: Sollen die Nägel mit holographischen Herzen, schimmernden Blumen, fröhlichen Smiley oder hübschen Schmetterlingen bedruckt werden? Nach dem Bedrucken für Glanz und längere Haltbarkeit den Klarlack nicht vergessen! Durch die hübschen Motive und das Auftragen der Klarlack-Schicht bekommt die Maniküre ihr funkelnendes Finish. Das „Go Glam Nagelstudio“ enthält eine Silikonmaske als Lackierhilfe, zwei Nagellack-Applikatoren, einen Klarlack, vier Motivkartuschen sowie die Kartuschenhalterung. Ebenfalls erhältlich ist das „Go Glam Nagelstudio Nachfüllset“ mit zwei Motivkartuschen.



PUSTEFIX

# Fußball-EM 2024 mit „Malefix“

Mit dem „Straßenmalkreide Fan Pack“ können kleine und große Fans ihre Unterstützung für National- und Vereinsmannschaften auf kreative Weise ausdrücken

**I**n Vorbereitung auf die UEFA-Europameisterschaft 2024 in Deutschland bringt „Malefix“ Spaß für die Fans. Das „Straßenmalkreide Fan Pack“ präsentiert nicht nur die Farben der beim Turnier vertretenen Nationalmannschaften, sondern hält auch nach der EM die Farben des Lieblingsclubs bereit und bringt nachhaltig Freude für viele kleine und große Sportfans, auch abseits der Stadien. Mit der EM 2024 vor der Haustür möchte „Malefix“ Fans aller Altersgruppen dazu inspirieren, ihre Unterstützung für die internationalen Fußballmannschaften auf kreative Weise auszudrücken.

Per QR-Download-Code können die Flaggen der EU-Länder sowie weitere

Sportmotive kostenfrei als Malvorlage heruntergeladen werden.

Hergestellt unter Verwendung hochwertiger Materialien, garantieren die in diversen Größen und Farben erhältlichen Malkreiden leuchtende Farben und langanhaltende Ergebnisse auf verschiedenen Oberflächen. Sie sind für Fans jeden Alters einfach zu handhaben und sicher in der Anwendung. „Malefix“-Kreiden sind als Spielzeug klassifiziert und nach den Spielzeugrichtlinien EN71 geprüft, die Sicherheit und Qualität garantieren.

*Mit dem „Straßenmalkreide Fan Pack“ lassen sich Straßen, Gehwege und Einfahrten in Länderflaggen-Farben oder den Farben der Lieblings-Mannschaften verzieren*





DAN IMPORT

# Neue Tiermotive

Mit den neuen Hama-Bügelperlen-Sets stecken Kinder ab 5 Jahren tolle Motive wie Schmetterlinge, einen Elefant, eine Giraffe und ein Zebra

Mit dem neuen Hama-Bügelperlen-Set „Schmetterlinge“ lassen sich eigene, farbenfrohe Schmetterlingsmotive



stecken. In der neuen Geschenkpackung sind 2.000 Bügelperlen enthalten. Daraus entsteht auf einer quadratischen Stiftplatte das Motiv, um anschließend verbügelt zu werden. Motivvorlage, Bügelpapier und Anleitung sind enthalten.

Auf eine Safari zu gehen, ist für viele ein Traum – eine Safari in Bügelperlen gibt es jetzt neu von Hama. Die „Safari“-Packung enthält ca. 2.500 Bügelperlen, eine große quadratische Stiftplatte und eine Motivvorlage. Die Perlenmotive werden so gestaltet, dass die fertig gesteckten und gebügelten Perlen zu dreidimensionalen Motiven (Elefant, Giraffe und Zebra) zusammengefügt werden können. Bügelpapier und Anleitung sind enthalten.



Die beiden neuen Hama-Sets enthalten jeweils drei tierische Motivvorlagen

Hama-Bügelperlen können über Dan Import mit Sitz in Lemgo bezogen werden.

ANZEIGE



# Play-Doh

**Fantasievolle  
Eiskreationen  
mit der  
Bunten  
Regenbogen  
Eismaschine**



Beliebtes Thema  
**jetzt  
NOCH  
Bunter**

Reichweitenstarke  
**TV- UND  
ONLINE-  
KAMPAGNE**

Nominiert zum



**DEMO VIDEO**



THE TOY ASSOCIATION

## New President & CEO

On May 20, 2024 The Toy Association Inc., the business trade association representing a wide array of manufacturers, retailers, licensors, and others involved in the youth entertainment industry, announced Greg Ahearn will join as President & CEO on June 1. Ahearn will be responsible for leading the next chapter of the Association as it continues to evolve and best serve its close to 900 members, as well as the needs of the entire industry. He will have oversight of the key objectives, which include industry trade shows and events, regulatory affairs and representation, toy safety and ethics initiatives, member education, as well as consumer outreach to champion the importance of play. The role also extends to partnership with The Toy Foundation, the philanthropic arm of the organization.

“As a part of the strategic evolution of The Toy Association, our goal is to better serve the wide and changing needs of our industry. I am delighted to announce that Greg Ahearn is joining this passionate team as its President & CEO,” said Sharon Price John, President & CEO of Build-a-Bear Workshop and newly appointed Chairperson of The Toy Association Board of Directors. “For over 100 years, The Toy Association has played the role of protectors and evangelizers of our industry, promoting the pivotal role of play. We believe Greg’s diverse and multi-decade toy background in senior roles across top manufacturers and retailers has built a valuable, trusted, and far-reaching network of relationships that will further the Association’s objectives both now and as they continue to evolve.”



Greg Ahearn

This announcement comes at an important moment for The Toy Association with the reestablishment of the flagship industry event, Toy Fair New York, as well as the recent creation of an Association-run Los Angeles market preview, amid industry evolution and convergence in the post-pandemic economic environment.

FUNKO

## Cynthia Williams New CEO

On May 9, 2024 Funko announced that its Board of Directors has appointed Cynthia Williams as its Chief Executive Officer (CEO), effective May 20, 2024. Williams also joined the Funko Board of Directors on that date. Williams will bring nearly two decades of senior leadership experience across the consumer products, gaming and e-commerce industries. Most recently, Williams served as president of Hasbro’s “Wizards of the Coast” and Hasbro Gaming division, where she oversaw the company’s portfolio of games that includes “Dungeons & Dragons”, “Magic: The Gathering”, and “Monopoly”.



Cynthia Williams

During her tenure at Hasbro, Williams successfully scaled areas of growth and positioned the Gaming division for continued success amid evolving consumer demand.

Prior to that, Williams spent several years at Microsoft, most recently as General Manager and Vice President, Gaming Ecosystem Commercial Team, where she drove the significant expansion of Xbox Gaming. Earlier, Williams was a senior executive at Amazon for over a decade, where she played a key role in the global growth of their e-commerce direct-to-consumer business, Fulfillment by Amazon.



Our July/August issue 2024 will be published on July 24, 2024.





# Firmen-Index

## A

ABC Australia ..... 55  
 Alibaba Spieleclub ..... 15  
 Amazon ..... 56  
 Amorim ..... 9  
 Appinio ..... 6  
 Art & Creativ ..... 27  
 Assima ..... 27  
 Avocadostore ..... 17

## B

Bauer Spielwaren ..... 18, 24, 42  
 Bavarian Caps ..... 41  
 BBC Studios ..... 55  
 Becker Manicure ..... 17  
 Bergmensch ..... 41  
 Black+Decker ..... 53  
 Bladez Toyz ..... 32  
 Blue Ocean Entertainment ... 49  
 BMBF ..... 12  
 BMFSFJ ..... 12  
 Boti ..... 22  
 Brandunit ..... 32, 37  
 Build-a-Bear Workshop ..... 56  
 BVMI ..... 8

## C

Carletto ..... 45, 47, 51  
 Clementoni ..... 33  
 Coppentrath Verlag ..... 48  
 Corolle ..... 9  
 Crayola ..... 30

## D

Dan Import ..... 29  
 DeAgostini ..... 50  
 DFB ..... 7  
 Disney ..... 26, 55  
 Dorothee Lehnen ..... 17  
 Duo Schreib & Spiel ..... 3, 8, 25  
 DuoSymPos XL ..... 3, 27  
 DVSI ..... 27

## E

Edeka ..... 7  
 Eichhorn ..... 31  
 Epoch ..... 52  
 ESA ..... 10

## F

Faber-Castell ..... 25

## F

Folkmanis ..... 46  
 Frankfurter Buchmesse ..... 17  
 Funko ..... 11, 56  
 Funko Games ..... 6

## G

Game ..... 15  
 Game Inventors Convention. 15  
 Goliath ..... 10

## H

Hama ..... 29  
 Hape ..... 9  
 Happy People ..... 43  
 Hasbro ..... 21, 35, 40, 56  
 HDE ..... 6  
 Headu ..... 18  
 Heless ..... 48  
 Herforder Werkstätten ..... 17  
 Hornby Hobbies ..... 16  
 Horst Brandstätter Group ..... 7

## I

ICM Holding ..... 16  
 Idea ..... 33  
 Idee + Spiel ..... 27  
 IHK-Fürth ..... 12  
 Indo-German Chamber of  
 Commerce ..... 55  
 Insights-X ..... 16  
 IXO-Models ..... 16

## J

JH-Products ..... 46  
 Jumbo ..... 34

## K

Kids India ..... 55  
 Kitchen Aid ..... 53  
 Klatt Objects ..... 17  
 Konami ..... 42  
 Könitz Porzellan ..... 17  
 Koriko ..... 9

## L

Lechuza ..... 7  
 Lego ..... 11, 24, 25, 36, 50  
 Lena ..... 31  
 Lidl ..... 23, 41  
 Llorens ..... 45

## L

Lucky Duck Games ..... 10

## M

Magic Light Pictures ..... 10  
 Maisto ..... 42  
 Maped ..... 25  
 Märklin ..... 16  
 Master Chef ..... 53  
 Mattel ..... 44  
 McDonalds ..... 23  
 Mediamarkt/Saturn ..... 23  
 Messe Frankfurt ..... 17  
 Microsoft ..... 56  
 Moose Toys ..... 39, 55  
 Müller ..... 23  
 MyToys.de ..... 9

## N

Netflix ..... 23, 53  
 Nici ..... 49  
 Nickelodeon ..... 11  
 Noch ..... 16  
 Nordstil ..... 17  
 Nostheide Verlag ..... 14

## O

Öjbro Vantfabrik ..... 17  
 Once upon a Time ..... 8

## P

Panini ..... 50  
 Pelikan ..... 25  
 Playmobil ..... 3, 7, 10, 30  
 Puky ..... 11  
 Pustefix ..... 28

## R

Ravensburger ..... 32  
 Revell ..... 20  
 Roblox ..... 22  
 Rofu ..... 23

## S

Schleich ..... 3, 9  
 Selecta ..... 48  
 SGEPC ..... 55  
 Shop! D-A-CH e.V. .... 8  
 Silverlit ..... 3  
 Simba Dickie Group .... 7, 9, 10  
 Simba Toys ..... 35, 54

## S

Simm Spielwaren ..... 31, 52  
 Sistema ..... 53  
 Smyths ..... 23  
 Soennecken ..... 27  
 Soruka ..... 17  
 Spiel doch! ..... 14  
 Spielwarenmesse .... 15, 16, 55  
 Spin Master ..... 28  
 Stabilo ..... 25  
 Studio 100 international ..... 41  
 Super RTL ..... 11

## T

TAITMA ..... 55  
 Tamiya ..... 16  
 The Pokémon Company ..... 8  
 The Toy Association ..... 11, 56  
 TikTok ..... 41  
 Tonies ..... 8  
 Top Media ..... 50  
 Topps ..... 50  
 Toy Fair New York ..... 56  
 Toynamics ..... 9  
 Toysino ..... 9  
 Ty ..... 46

## U

Undercover ..... 38

## V

Vedes ..... 27

## W

WDR Mediagroup ..... 38  
 Wrebbbit 3D ..... 40

## X

Xtrem Toys & Sports ..... 47

## Y

YouTube ..... 41

## Z

Zuru ..... 53

## Inserenten-Index

<b>B</b>		<b>K</b>	
Bauer Spielwaren..... 21		Konami ..... 37	
Nürnberg		Eschborn	
<b>Boti</b> ..... U 4		<b>L</b>	
NL – Apeldoorn		Lego ..... 19	
		Grasbrunn	
<b>C</b>		<b>M</b>	
Comasia ..... U 2		Messe Frankfurt ..... 17	
HK - Hongkong		Frankfurt	
<b>D</b>		<b>N</b>	
Dan Import ..... 33		Nici ..... 43	
Lemgo		Altenkundstadt	
<b>Duo</b> ..... U 1		<b>T</b>	
Berlin		Trendset ..... 17	
<b>H</b>		Ismaning	
Hasbro..... 29		<b>Z</b>	
Dreieich		Zuru ..... 51	
<b>Heless</b> ..... 45		HK – TST East Kowloon	
Schwetzingen			
<b>J</b>			
Jumbo Spiele ..... 6			
Fürth			

### Beilagenhinweis:

Dem größtem Teil der Auflage liegt eine Beilage von **Top Media, Ludwigsburg** bei.

Der Umwelt zuliebe verwenden wir chlorfrei gebleichtes Papier. Gedruckt wird auf PEFC zertifizierten Bilderdruckpapier. Die verwendeten Druckfarben sind mineralölfrei und kobaltfrei, für den Recyclingprozess gut geeignet. Die Versandhülle ist ungiftig und voll recycelbar.

**Terminplan**

**SPIELZEUG**  
*international*

Info unter Telefon: +49 (0) 9194 73 78-0  
E-Mail: [spielzeug@spielzeuginternational.de](mailto:spielzeug@spielzeuginternational.de)  
[www.spielzeuginternational.de](http://www.spielzeuginternational.de)

*Jetzt buchen!*

Ausgabe	Sonderthemen	Dispositions- schluss	Erscheinungs- termin
07/08 2024 Juli/ August	Baby und Kleinkind, Lernspielzeug, elektronisches Spielzeug, Herbstneuheiten	01.07. 2024	24.07. 2024

## Impressum

# SPIELZEUG

*international*

Das unabhängige Fachmagazin für Spielwaren, Hobby, Geschenkartikel und Entertainment

### SPIELZEUG*international*

Internationales Fachmagazin  
30. Jahrgang, Heft 06/2024  
Erscheinungstag: 5. Juni 2024

#### Anschrift:

SPIELZEUG*international*  
Debert 32

91320 Ebermannstadt, Deutschland

Tel.: 09194/7378-0

Fax: 09194/7378-20

URL: <http://www.spielzeuginternational.de>

E-Mail: [spielzeug@spielzeuginternational.de](mailto:spielzeug@spielzeuginternational.de)

#### Herausgeber und Chefredakteur:

Alfred G. Kropfeld

#### Stellvertretende Chefredakteurin:

Kerstin Kropfeld

#### Redaktion:

Ingrid Kropfeld, Thomas Eder,  
C. Suplisson

#### Anzeigen:

Ingrid Kropfeld (Ltg./-12)

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 10, November 2022

#### Ständige Mitarbeiter/innen:

Recht: RA Thomas Mönius, Forchheim

Sport + Freizeit: Peter F. Thürl, Walsdorf

Steuer: Dipl.-Vw. Peter Ruß, Bamberg

Österreich: Eva Jencek, Wien

#### Veröffentlichungen:

Der Verlag erhält durch die Annahme eines Artikels die ausschließlichen Rechte zur Vervielfältigung und Verbreitung. Für unverlangt eingesandte Manuskripte gibt es keine Gewähr. Namentlich gezeichnete Beiträge stellen alleine die Meinung des Autors und nicht unbedingt die der Redaktion dar.

#### Anschrift Verlag:

**ITM**  
Verlag

ITM Verlags GmbH & Co. KG

Debert 32

91320 Ebermannstadt, Deutschland

#### Verlagsleitung:

Alfred G. und Ingrid Kropfeld

Alleiniger Gesellschafter der ITM Verlags GmbH & Co.KG ist Alfred G. Kropfeld.

#### Druck:

Aumüller Druck Regensburg

#### Jahresbezugspreis:

Diese Zeitschrift erscheint monatlich (4 Doppelnummern). Inland € 92,- zzgl. gesetzl. USt., Ausland € 110,- bzw. per Luftpost € 169,-. Bei Lieferverzögerung oder Lieferausfall, in Folge von vom Verlag nicht zu vertretender Gründe, besteht kein Ersatzanspruch.

#### IVW-geprüft:

Das Berliner Institut IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. prüft nach einheitlichen Richtlinien u.a. die Verbreitung von Zeitungen und Zeitschriften. SPIELZEUG*international* wird seit Oktober 1995 von diesem unabhängigen Prüfinstitut getestet.





# Mehr wissen...



Produkt-Neuheiten

Branchen-News

Personalmeldungen

Messe- und Veranstaltungstermine

Interviews

## Jetzt abonnieren...

...und über das Aktuellste rund um Spielwaren, Hobby, Geschenkartikel und Entertainment informiert werden!

Ein Jahresabonnement in Deutschland kostet 92,00 € (zzgl. 7% USt.) – Keine zusätzlichen Portokosten!

Ja, ich bestelle bis auf weiteres ein Jahresabonnement (8 Ausgaben) der monatlich erscheinenden Fachzeitschrift **SPIELZEUGinternational** zum Preis pro Jahr (inkl. Porto):

- Deutschland: € 92,- zzgl. 7% USt.
- Ausland Europa: € 110,-
- Ausland Luftpost: € 169,-

Vorname, Name  Geburtsdatum

Firma

Straße

PLZ/ Ort

Telefon  Fax  E-Mail

Datum  1. Unterschrift

Von Auftraggebern aus EU-Staaten:  
Bitte Umsatzst.-Identifikationsnr:

Gewünschte Zahlungsweise:

- Bankeinzug SEPA-Lastschrift (nur für Abonnenten aus EU-Ländern)

Die Zahlung per Bankeinzug (SEPA-Basis-Lastschriftverfahren) garantiert Ihnen die stets termingerechte, bequeme und korrekte Begleichung offener Forderungen.

Sie können für den Auftrag zum Einzug der Abogebühren das von uns übermittelte Formular für ein SEPA-Lastschriftmandat verwenden, das wir Ihnen nach der Abo-Bestellung zusenden.

Sie können Ihren Einzugsauftrag jederzeit beenden und Ihr gesetzliches Recht zur Erstattung des belasteten Betrages innerhalb von acht Wochen ab Belastungsdatum nutzen. Die zugehörige Mandatsreferenz teilen wir Ihnen separat mit.

- Überweisung nach Rechnung

**Vertrauensgarantie:** Mir ist bekannt, dass ich diese Vereinbarung innerhalb einer Woche schriftlich widerrufen kann. Hierzu senden Sie Ihren Widerruf bitte an **SPIELZEUGinternational**, ITM Verlags GmbH & Co. KG, Debert 32, 91320 Ebermannstadt, Deutschland. Die Frist beginnt einen Tag nach Absendung dieses Bestellcoupons (Poststempel). Ich bestätige das mit meiner Unterschrift.

Datum  2. Unterschrift

per Post: **SPIELZEUGinternational**  
Abonnenten-Service  
Debert 32  
91320 Ebermannstadt

Am schnellsten geht es  
per Fax: +49 (0)9194 / 73 78-20 oder  
online: <http://www.spielzeuginternational.de/abonement>

Haben Sie Fragen?  
Rufen Sie uns gerne an!  
Telefon: +49 (0)9194 / 73 78-0



**PET SIMULATOR**

EPIC DLC  
RARE DLC

Includes: Pet Simulator box set, various pet figurines, and DLC items.

**POPPY PLAYTIME™**

**Five Nights at Freddy's SECURITY BREACH**

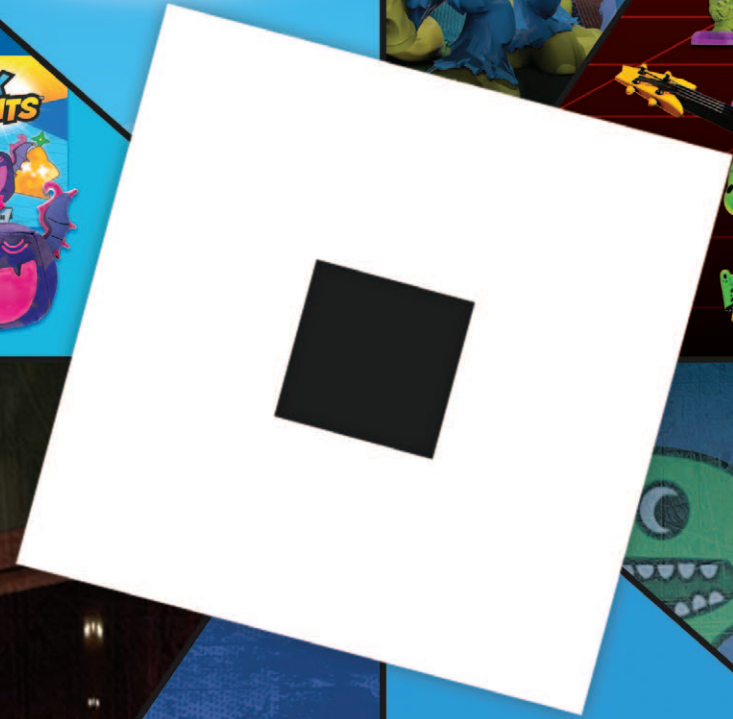
Includes: Poppy Playtime box set, plush figures of Blue and Pink, and Security Breach figures.

**BLOX FRUITS™**

Includes: Blox Fruits box set, various character figurines, and DLC items.

**Five Nights at Freddy's SECURITY BREACH**

Includes: Figures of Freddy Fazbear, Golden Freddy, and other characters.



**DBERS™**

Includes: DBERS box set, various character figurines, and a plush figure.

**GARTEN OF BANBAN™**

Includes: Garten of Banban box set, various character figurines, and a plush figure.

**Rainbow Friends™**

Includes: Rainbow Friends box set, various character figurines, and a plush figure.

**STUMBLE GUYS™**

Includes: Stumble Guys box set, various character figurines, and a plush figure.

