

# SPiELZEUG

## International

06-07/2014  
Juni/Juli

Das unabhängige Fachmagazin für Spielwaren, Hobby, Geschenkartikel und Entertainment



**MIA and me**

**Neu!**  
**ab Sommer 2014**

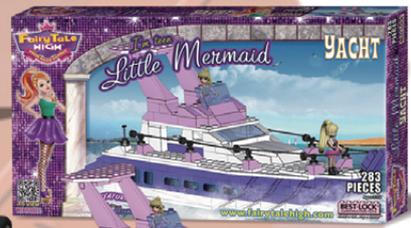
**BEST-LOCK**  
CONSTRUCTION TOYS

Kreative Phantasiewelten, kompatibel mit Bausteinen aller namhaften Bausteinhersteller

Mit allen Papieren entsprechen noch nicht dem finalen Design



- Ein deutsch-kanadisches Familienunternehmen
- Seit 17 Jahren weltweit im Baustein Geschäft
- Produktionsstätten in Deutschland + China und demnächst auch in den USA
- über 600 verschiedene Sets erhältlich, inklusive umfangreicher Lizenzthemen



Pullback !!

MADE IN GERMANY !

Zahlreiche weitere weltweite Lizenzen, z.B.:

Sonderaktion für den Fachhandel in Deutschland für Ihre Umsatzsteigerung Weihnachten 2014:  
Ausgewählte Baustein-Sets aus dem Best-Lock Sortiment: Made in Germany, „Mia and Me“ und weitere Top Lizenzartikel.  
**TOP Handelsspanne -- 100%iges Retourenrecht -- Valuta bis 31.01.2015 -- Lieferung „frei Haus“.**  
Ansprechpartner/Kontakt: Best-Lock GmbH – Von Linne Str. 12 – 22880 Wedel – Tel. 04103-1870044 – Service@Best-Lock.de

# Osterhase „hoppelte“ nicht ganz so richtig

Umsatzplus der Branche schmilzt gen Null – Fachhandel gegen den Trend guter Dinge – Super Mario in den „Skylands“ – Spielwarenmesse veranstaltet PBS-Messe in Nürnberg – Holzspielzeug „vermessen“ online

Liebe Leserin, lieber Leser,

der März-Spielwarenumsatz war ja bekanntlich nicht richtig vergleichbar mit dem Vorjahr, denn da war ja Ostern mit „drin“. Dieses Jahr kam der Osterhase erst im April und er war nicht ganz so fleißig wie sonst. Mit einem Plus von knapp über 62 Prozent konnte er das Minus von knapp 33 Prozent im Vormonat zwar fast ausgleichen, aber eben nur fast und das führt zu einem weiteren „Abschmelzen“ des aufgelaufenen Plus auf nur noch 0,4 – oder wie man optimistisch zu sagen pflegt – einem halben Prozent!

Betrachtet man die aufgelaufenen Ergebnisse von npd/Eurotoys, dann liegen alle Top 6 Hersteller in Deutschland im Minus – mal mehr, mal weniger hoch. Die derzeitigen Gewinner sind die Mittelständler. Bis Rang 30 kommen diese auf meist deutliche, zweistellige Umsatzgewinne bei wenigen Ausreißern.

Nach dem Motto „Trau schau wem“ kann man die bereits vorliegenden Ergebnisse der Fachhandelsverbände betrachten. Obwohl man deren Ergebnisse nicht in den Zahlen von npd/Eurotoys wiederfindet, wissen die Fachhandelsverbände nicht nur den Zentralregulierungsumsatz, was ja nahe liegt, sondern auch noch bis hinter die Kommastellen den Gesamtumsatz ihrer Mitglieder.

Besonders offen für Zahlen gab sich dieses Jahr Duo Schreib & Spiel. 5 Prozent war der Zuwachs 2013 (gesamt 447 Mio. €, davon 226 Mio. € Spielwaren mit wachsendem Anteil) und auch für 2014 plant man ein Ergebnis in dieser Höhe.

Bei der EK/Servicegroup in Bielefeld wurden Zahlen erst auf gezielte Nachfrage genannt: Der Family-Bereich mit Spiel & Spass, HappyBaby, PBS sowie Lesen und Erleben ging um 1,5 Prozent auf 476,9 Mio. € zurück, innerhalb dieses Bereiches legten die Spielwaren aber um 2 Prozent auf 307,7 Mio. € zu.

Kaum verwunderlich war, dass beide Handelsorganisationen ganz explizit ihre Großhandelsaktivitäten sowie ihre Internethandelsplattformen in den Vordergrund rückten.

Videospiele waren einmal fester Bestandteil der Spielwarenbranche. Inzwischen fanden es die zwei Marktführer Sony und Microsoft viel cooler und vermeintlich lukrativer, sich nicht mit „Kinderkram“ abzugeben, sondern mit Großabnehmern, die ihre Käuferschicht in Jugendlichen und Erwachsenen sehen – was sich auch bei der Art der Videospiele, die sich immer stärker in den Sektor Online-Spiele bewegen, widerspiegelt. Nur Nintendo ist der Spielwarenbranche auch aufgrund seiner eher an Kinder und Familien gerichteten Spiele halbwegs treu geblieben, wobei das Marketing der Super-Mario-Company am liebsten in der Playstation/Xbox-Eventliga mitspielen möchte.

Nun könnte es einen kleinen Umschwung geben, denn laut Nintendo-Chef Satoru Iwata will der japanische Konzern künftig auch Spielfiguren seiner Kultcharaktere wie Super Mario usw. auf den Markt bringen. Nintendo springt damit auf einen Erfolgsschritt auf, den Activision mit „Skylanders“ vor rund zwei Jahren in Bewegung gesetzt hatte. Über 2 Mrd. US\$ soll inzwischen der Skylanders-Umsatz betragen. Nintendo ist nun der dritte Player in diesem Markt. Super Mario hat hier einen Vorteil, denn in der Wii U ist die Technik für den NFC-Nahfunk, über die die Figuren per Funkchips verbunden werden, bereits vorhanden. Eine zusätzliche Plattform wäre hier nicht mehr nötig. Ob sich hier eine neue Chance für den Fachhandel ergibt, über die Figuren wieder am Videospielemarkt zu partizipieren, bleibt ihm überlassen.



Last but not least eine Meldung aus dem Messebereich: Die Spielwarenmesse wird ihr Portfolio erweitern und im Herbst 2015 in Nürnberg eine PBS-Messe veranstalten, die von führenden Herstellern der Branche unterstützt wird. Mit im Boot sind hier u. a. die drei Nürnberger Hersteller Faber-Castell, Staedtler Mars und Stabilo International. Näheres hierzu will die Spielwarenmesse auf einer Pressekonferenz am 4. Juni in Nürnberg bekannt geben.

Und, wie das im Wettbewerb der Messen so ist, darf man schon auf die Reaktion der hiervon betroffenen anderen Messeveranstalter gespannt sein.

Die Ergebnisse von idee+spiel, Vedes und der PBS-Messe finden Sie wie gewohnt zeitnah auf unserer Webseite [www.spielzeuginternational.de](http://www.spielzeuginternational.de) sowie weitere aktuelle News und auch eine ganz unglaublich „vermessene“ Geschichte aus dem leidgeprüften Leben eines laborvermessenen Holzspielzeugherstellers. Und diese Story ist leider kein Einzelfall.

Ihr

Alfred G. Kropfeld



## Titelstory

27

**Best-Lock:** Zaubermagische Fantasiewelten



31

**Schleich:**  
Komplette  
Spielwelten



36

**Kösemer Spielzeug:**  
Plüschtiere wie in der Natur

## Aktuell

- 6 **Mattel:** Neue Führung bei Mega Brands
- 6 **Toy State:** Übernahme von Nikko
- 7 **Schleich:** Wechsel beim Investor
- 7 **Carletto:** Geschäftsführung erweitert
- 8 **Simba Dickie Group:** Corporate Marketing Director
- 8 **EK/Servicegroup:** Neues AR-Mitglied
- 9 **Sigikid:** Unternehmerpersönlichkeit verstorben
- 9 **Spiel des Jahres:** Die Nominierten stehen fest

## Messen

- 14 **Messen und Termine**
- 15 **Toys & Kids Russia:** Besucherplus
- 15 **Westfalenhallen Dortmund:** Intermodellbau
- 16 **Tendence:** Internationales Konsumgüter-Event
- 16 **Messe Frankfurt:** Optimierte Hallenbelegung
- 17 **Nordwestdeutsche Messegesellschaft:** Jubiläumsausgabe in XXL
- 17 **Trendset:** Trends für Herbst und Winter

## Produkte

- 18 **RMC:** Wahrhaft starke Marken
- 18 **Majorette:** Superhelden-Motorrad
- 19 **Stadlbauer:** Spektakuläre Action
- 20 **Craze:** Sammlertrend Slap-Snap-Bands
- 20 **Schmidt Spiele:** Originelle Displaylösung in Gold-Schwarz
- 21 **Mattel:** Adrenalin-Kick der nächsten Generation
- 22 **Käthe Kruse:** Drache Kuno
- 22 **Ministek Creativ:** Steckmosaike für die Urlaubszeit
- 23 **HCM Kinzel:** Mini- und Midi-Steine
- 24 **Smoby Toys:** Sichere Ausfahrten in Begleitung
- 24 **Hasbro:** Die DFB-Elf geht über Los
- 26 **Revell:** Echte Hingucker
- 26 **Schipper:** Für den feinen Geschmack
- 26 **Hutter Trade:** Auf die Weide, fertig, los!

## Titelstory

- 27 **Best-Lock:** Zaubermagische Fantasiewelten

## Spielfiguren

- 30 **Playmobil:** Luxusambiente und Geldtransport
- 30 **Absyde:** König der Piraten
- 31 **Epoch Traumwiesen:** Einkaufsstraße oder Shopping-Center
- 31 **Schleich:** Komplette Spielwelten
- 32 **Neuheiten „Spielfiguren“ – kurz vorgestellt**
- 33 **Spin Master:** Drachenstarke Abenteuer
- 33 **Nachgefragt bei... Andrea Schauer (Brandstätter/Playmobil)**
- 34 **Bandai:** Super Megaforce und Pac-Man
- 34 **Safari Ltd.:** Wahre Abbilder der Natur
- 35 **Big-Spielwarenfabrik:** Kleine Tiere auf Rollen

## Plüsch

- 36 **Kösemer Spielzeug:** Plüschtiere wie in der Natur
- 36 **Simba Toys:** Kleine Plüschhunde in neuer Größe

## Plüsch

- 37 **Mont-Joie:** Bio-Schmuseartikel
- 38 **Nici:** Interaktive Plüschfreunde
- 39 **Simba Toys:** Design trifft Qualität
- 40 **Flashpoint:** Kultige Plüschfiguren
- 41 **Anima:** Realistische Plüschtiere
- 42 **Sekiguchi:** Kleine Affen auf Weltreise
- 42 **Folkmanis:** Gruzzenendes Schweinchen
- 43 **Beluga:** Plüschkreationen zu Lugi und Goldbären
- 43 **Teddy-Hermann:** Kuschelweiche Wildtiere
- 44 **Ebo Plüschtiere:** Die Dackel sind zurück
- 44 **Fehn:** Affe, Elefant und Giraffe
- 45 **Carletto:** Begehrte Kuscheltiere



37

**Mont-Joie:** Bio-Schmuseartikel

## Puppen / Mädchenspielzeug

- 46 **Zapf Creation:** Wenn es zehn Uhr schlägt ...
- 47 **HCM Kinzel:** Lottie mit weichen Haaren
- 47 **Heless:** Farbenfrohe Glücksschäfchen-Serie
- 48 **Dan-Import:** Magische Welten
- 48 **Mattel:** Bügelbild-Designer Barbie
- 49 **Hauck:** Viele Spielsituationen
- 50 **Craze:** Eine kreative Trendwelle erobert Europa
- 52 **Lego:** Mädchen lieben es zu bauen
- 53 **JC Toys:** Liebenswerte Puppenkreationen
- 54 **Carletto:** Individuelle Fingernägel
- 54 **Simm Spielwaren:** Trendiger Glitzer
- 55 **Vivid:** Antworten von Cayla
- 56 **Postler:** Für kreative Adern
- 56 **Simba Toys:** Color Me Mine Color Change
- 57 **Universal Trends:** Eine glitzernde Spielwelt
- 57 **Mega Brands:** Fantasiervolle Barbie-Welten
- 58 **Brehm:** Exklusive Puppen
- 58 **Rainbow Loom:** Ländermischungen
- 59 **Smoby Toys:** Singen und Tanzen

38

**Nici:** Interaktive Plüschfreunde



46

**Zapf Creation:** Wenn es zehn Uhr schlägt ...



## Karnevals- und Festartikel

- 60 **Neuheiten „Karnevals- und Festartikel“ – kurz vorgestellt**

## Verbände

- 61 **idee+spiel:** Schuloffensive mit Gewinnspiel
- 61 **TIA / CTA Nordamerika-Kooperation:** Vereinbarung der Verbände
- 62 **Duo Schreib & Spiel:** Duo-Gesellschafterversammlung 2014 in bester Stimmung
- 64 **EK/Servicegroup:** Family-Messe EK Fun zog Branche an

## Toys international 65-67

## Rubriken

- 10 **Top 10 Deutschland, Hitliste „Actionfiguren“**
- 12 **Magazin**
- 68 **Firmen-Index**
- 69 **Stellenmarkt / Rubrikenanzeigen**
- 70 **Inserenten-Index / Impressum**



53

**JC Toys:** Liebenswerte Puppenkreationen

## News-Ticker

### ■ SCHLEICH

#### Wechsel beim Investor

Vom europäischen Beteiligungsunternehmen HgCapital hat unter Vorbehalt der Kartellfreigabe die 1996 von Dominique Senquier gegründete Investmentfirma Ardian den Spielwarenhersteller Schleich in Schwäbisch Gmünd erworben. Das Eigenkapital dafür stammt aus dem von Ardian im Oktober 2013 geschlossenen 2,4 Mrd. € großen LBO Fund V., zudem hat sich das Schleich-Management mit einem substanziellen Anteil am Unternehmen beteiligt. Ardian-Gf. Caspar von Meibom in Frankfurt: „Die Marke Schleich mit ihren zeitlosen klassischen Spielfiguren ist für mich als Vater von vier Kindern viel mehr als nur ein Investment in ein Unternehmen. Mit seiner neuen Strategie, vermehrt in realitätsnahe Spielwelten zu expandieren sowie internationale Märkte und neue Absatzkanäle weiter zu durchdringen, sehen wir für Schleich signifikante weitere Wachstumspotenziale.“ Mit mehr als 330 Mitarbeitern und zehn Büros verfügt Ardian über

ein globales Netzwerk. Das unabhängige Unternehmen verwaltet für seine Investoren aus Europa, Nordamerika und Asien Vermögenswerte in Höhe von 47 Mrd. US\$.

Die im Jahr 1935 gegründete Traditionsmarke Schleich wurde im Dezember 2006 von HgCapital erworben und steigerte ihren Umsatz seither von 61 Mio. € auf heute 106 Mio. €, auch die Mitarbeiterzahl erhöhte sich von rund 190 auf nun 340. Im Geschäftsjahr 2013 erzielte das Unternehmen ein Umsatzplus von 7 Prozent und baute seine Profitabilität im Vergleich zu 2012 weiter aus. CEO Dr. Thomas van Kaldenkerken: „Uns hat das umfassende Branchenverständnis des Ardian-Teams überzeugt, das wir als kreativen und engagierten neuen Partner sehen. Der Investmentansatz von Ardian, Wachstumsunternehmen langfristig mit Know-how und Kapital zu unterstützen, passt ideal zu unserer Unternehmensstrategie und dem großen Potenzial der Marke Schleich.“

### ■ STUDIO 100

#### Gebündelte Aktivitäten

Seit Mai 2014 sind Merchandising, Licensing und Marketing, für die Studio 100 Media in DACH verantwortlich zeichnet, stärker verzahnt. Gerd Russwurm (Head of Licensing) und Katharina Muck (Head of Marketing) berichten im Zuge der Neustrukturierung an Stefan Lutz (Director Sales & Marketing), der an Gf. Patrick Elmendorff berichtet. Über Themen rund um den Merchandising-Ver-

trieb informieren Stephan Förster und Frank Steiger. Ralph Thielert, der zuvor fünf Jahre den Bereich Merchandising leitete, schied Ende April auf eigenen Wunsch aus. Die Studio 100 Media in München, eine Tochter der belgischen Studio 100 Group, ist ein international tätiges Produktions- und Vertriebsunternehmen für hochwertige und gewaltfreie Kinderunterhaltung.

### ■ ICONKIDS & YOUTH

#### Lizenzen in Europa

Rückschlüsse auf das Potential von Lizenzthemen lässt die aktuelle Studie „Kids License Monitor“ des Münchner Instituts Iconkids & Youth zu, die zeitgleich in Deutschland, Frankreich und Großbritannien online durchgeführt wurde. Abgefragt wurden 70 Lizenzthemen aus den Bereichen wie TV, Spielwaren und Comic bei 1.231 Kindern im Alter von 4 bis 12 Jahren. „Micky Maus“ und „Tom & Jerry“ verweisen mit je 80 Prozent Beliebtheit

bei deutschen Kindern neuere Themen wie „Shrek“ (72 Prozent) oder „Shaun das Schaf“ (70 Prozent) auf die Plätze. Wichtig sind auch geschlechts- oder altersspezifische Themen. So sehen z.B. 65 Prozent der Jungs „Spiderman“ als Hype und 62 Prozent der Mädchen „Hello Kitty“, es folgen „Tom & Jerry“ (Jungen 34 Prozent und Mädchen 31 Prozent), „Micky Maus“ (25 Prozent/36 Prozent) und „Oger Shrek“ (42 Prozent/23 Prozent).

### ■ CARLETTO

**Geschäftsführung erweitert:** Die Carletto Gruppe setzt ihr Wachstum im In- und Ausland fort. In die Geschäftsleitung, bisher bestehend aus Inhaber/CEO **Peter W. Gygax** und COO **Beat Müller**, wurden zum 1. Juni 2014 der neue CFO **Stefan Dobler** und CMO **Anke Bienhaus** berufen. Sie war



Anke Bienhaus



Stefan Dobler

seit fünf Jahren für den Bereich Marketing zuständig und ist nun auch für die Beschaffung verantwortlich. Verstärkt wurde zudem der Verwaltungsrat der Holding und der Schweizer Gesellschaft durch **Monika Walser**, CEO von de Sede. Seit dem 1. Mai 2014 unterstützt **Claudia Plackinger** das Team der Carletto Deutschland GmbH im Bereich der Key Account Assistenz. Sie hat langjährige Erfahrungen in der Konsumgüter- und Spielwarenbranche. Die Carletto Gruppe in Wädenswil mit Tochtergesellschaften in der Schweiz, Deutschland (EU-Raum) und Hongkong ist ein markenunabhängiger Fachhandelspartner und Distributeur für hochwertige Spielwaren.

### ■ ELECTRONIC ARTS

**Neuer Geschäftsführer:** Ab 1. Juni 2014 ist **Jens Kosche** (45) neuer Geschäftsführer von Electronic Arts (EA) Deutschland/



Jens Kosche

Österreich und übernimmt die Verantwortung für einen der weltweit größten Märkte für Computer- und Videospiele. Der bisherige Gf. **Dr. Olaf Coenen** steuert als Vice President künftig

die internationalen Wachstumsmärkte für EA. Der Diplom-Ökonom Kosche ist bereits seit 2003 in unterschiedlichen Funktionen bei EA in Köln tätig, zuletzt als Sales Director für den deutschen und österreichischen Markt.

## NPD GROUP

### Die WM kommt

Die Fußball-WM in Brasilien wirft ihre Schatten voraus: Die Panini-Sammeltüten lagen im April nicht nur nach Menge vorne, sondern rangieren auch nach Wert unter den Top 10. Und Sammeln liegt auch ansonsten voll im Trend, was Minifiguren aller Art unterstreichen. Neben Star Wars und Filly ist zudem der Drachen-Hype bemerkenswert, durch den Spin Master bei den Unternehmen bis 10 Mio. € nun ganz vorne lag. Die Kategorie mit Actionfiguren und Spielsets dominierten drei Firmen in den ersten vier Monaten 2014: Hasbro profitiert von den beliebten Universen von Star Wars und Clone Wars sowie Beyblade, Stadlbauer ist mit zwei Sortimenten der Teenage Mutant Ninja Turtles vertreten und Spin Master mit seinem Plüschdrachen zur erfolgreichen TV-Serie. In der Topliste nach Menge folgen ab Rang 6 die Artikel „Star Wars 3.75" Black Series Figures“, „Star Wars Fighter Pods Blind Bags“ (beide Hasbro), „Action Dragon Sortiment“ und „Mini Dragon Sortiment“ (jeweils Spin Master) sowie „Transformers Prime Beast Hunter Legion“ (Hasbro).

#### TOP-SELLER (nach Wert mit Durchschnittspreis)

1.	(*)	Star Wars Great Vehicles 2014, Lego	26,90 €
2.	(1)	Star Wars MicroFighters 2014, Lego	9,60 €
3.	(9)	Technic Frachtflugzeug, Lego	108,00 €
4.	(*)	Fifa World Cup Brasil 2014 Sammeltüten, Panini	2,00 €
5.	(2)	Star Wars 2014 LPP, Lego	15,60 €
6.	(*)	Trampolin mit Netz 300 cm, Hudora	180,40 €
7.	(*)	City Great Vehicles 2014 Abschleppwagen, Lego	17,70 €
8.	(3)	Chima Legend Beasts 2014, Lego	9,60 €
9.	(7)	Tiptoi Startset Stift und Buch, Ravensburger	37,00 €
10.	(*)	Great Vehicles 2014 Autotransporter, Lego	26,00 €

( ) Rangfolge des Vormonates (\*) nicht in den Top 10 des Vormonates

#### TOP-SELLER (Firmen der Umsatzgröße 0 - 10 Mio. Euro)

1.	(*)	Train your Dragon Action Dragon Sort., Spin Master	13,80 €
2.	(*)	Flying Fairy Flutterbye Pink, Spin Master	30,90 €
3.	(1)	Spielhaus, Marian-Plast	88,00 €
4.	(3)	3-in-1-Schaukel, Beluga	36,10 €
5.	(4)	Animagic Go Walkies Sortiment, Vivid	26,30 €

#### TOP-HERSTELLER

1.	(1)	Lego
2.	(2)	Mattel-Gruppe
3.	(3)	Simba-Dickie-Gruppe

#### TOP-SELLER „Actionfiguren“ (nach Menge) \*

1.		Star Wars Vintage Figuren Sort., Hasbro	4,40 €
2.		Clone Wars Basisfiguren Sort., Hasbro	10,50 €
3.		Ninja Turtles Basisfiguren Sort., Stadlbauer	12,20 €

# Leseprobe

exklusiv: Die monatlichen npdgroup Zahlen



## FASZINIERENDE ABENTEUERWELT VON LOLEK UND BOLEK

TISSOTOYS präsentiert u.a. die Helden der beliebten Zeichentrickfilme „Lolek und Bolek“ (150 Folgen und zwei Kinofilme) als 7 bis 10 cm große, detailgetreue Figuren und bringt vier Szene-Sets heraus. Der polnische Hersteller mit Vertriebspartner Axse führt auch Märchenfiguren oder das Hündchen Reksio in verschiedenen Varianten.

## RASEND DIE URZEIT EROBERN

VTECH bringt für Kinder ab 3 Jahren mit der neuen Generation „Switch & Go Dinos“ mit Schwungradantrieb noch mehr Spaß ins Spiel: Mit wenigen Handgriffen sind sie zu Rennfahrzeugen umgebaut und fahren bis zu 6 m weit, mehr als 20 coole Sprüche und Geräusche sorgen für eine passende Kulisse.



## LEG DICH NICHT MIT DEN TEUTANS AN!

IMC TOYS lässt die ganz neue Generation von Kriegern mit riesigen Mäulern, scharfen Klauen und außergewöhnlicher Energie den Planeten Teon in der Andromeda-Galaxie gegen die bösen „Badulls“ und „Mutant Opticom“ verteidigen – die Käfig-Box dient offen als Spielkulisse.

## MAGISCHE MOMENTE MIT DISNEY-PRINZESSINNEN

BULLYLAND verzaubert durch die Märchen-Dioramen „Magic Moments“, denn die liebevoll gestalteten Figuren Cinderella, Rapunzel, Arielle, Belle und ihre Prinzen animieren zum Nachspielen auf der komplett ausgestatteten kleinen Bühne.



NICI

# Interaktive Plüschfreunde

Start der kultigen Lern-Eule mit hohem Kuschelfaktor und der frechen Plüschmonster „Crazy Mics“ im September – 35 cm große Innovationen und ausgefallenes Produktdesign

Den erfolgreichen „Forest Friends“-Charakter „Oscar die Eule“ bringt Nici nun auch in der „Learning“-Linie heraus. Die Lern-Eule animiert Kleinkinder, all ihre Sinne einzusetzen: Mit Hilfe des Kartenlesers im passenden Baumstamm-Design können sie Begriffe in Deutsch sowie Englisch hören und gleichzeitig sehen. Jede Seite der stabilen Karten ist mit Text und Bild ausgestattet. Zudem animieren fünf Liederkarten in beiden Sprachen zum Mitsingen.

Oscar als liebenswerter Freund zum Knuddeln und Liebhaben hilft, spielerisch eine gute Grundlage für Kindergarten und Schule zu schaffen. Neben dem edukativen Aspekt legten die Designer größten Wert auf ausgezeichnete Sicherheitsstandards. Zur Markteinführung gibt es zahlreiche Print-Kooperationen.

## Elektronische Finessen

Im vierten Jahr in Folge setzt Nici die so erfolgreiche „Electronics“-Linie fort – als Weihnachtshighlight 2014 haben es die „Crazy Mics“ im wahrsten

Die kuschelweiche Lern-Eule „Oscar“ erobert die Herzen von Kindern und Eltern – 200 Lernkarten vermitteln Begriffe aus dem Alltag, u. a. aus den Bereichen Tiere, Fahrzeuge, Lebensmittel, Kleidung, Körperteile, Buchstaben, Formen und Farben



Sinne des Wortes in sich. Die zwei Plüschmonster in Grau/Blau und Pink leben auf Mic Island, sind große Weltenbummler und finden sich mit ihrem außergewöhnlichen Sprachtalent in jeder Region zurecht. Sie lernen schnell und können alles wiederholen, was man ihnen sagt. Zudem sind sie super kitschig, wenn man ihren Bauch berührt: Dann lachen sie aus vollem Herzen und stecken jeden in der Nähe mit ihrem Lachen an. Wenn man ihnen die Augen zuhält, werden sie müde und schlafen ein.

Die „Crazy Mics“ im hochflorigen Plüsch sind Seelenröster, Spielkamerad, Quasselstrippe oder Witzbold – ein Riesenspaß für Monster-Fans ab 3 Jahren. Das Markenartikel-Unternehmen aus Altenkunstadt kündigt

für die interaktiven Plüschmonster eine hochfrequentierte TV-Kampagne im Kinder- und Familien-Programm für November/Dezember sowie aufmerksamkeitsstarke PR-Maßnahmen und Print-Kooperationen an. Die Markteinführung wird durch klassische Banner, ein Display für die 20 cm großen, dazu passenden reinen Plüschversionen und den Auftritt in der auflagenstarken Nici-Broschüre begleitet.



Drückt man die linke Hand, grüßen die „Crazy Mics“ freundlich mit „Hey, hey“, die Nase leuchtet rot und sie plappern sofort alles nach. Für die Aufzeichnung einer Nachricht wird einfach die rechte Hand gedrückt, bis ein Piepton zu hören ist. Nun kann das Kind ein Lied, ein Gedicht oder eine Nachricht von bis zu 2 Minuten Länge aufsprechen



SIMBA TOYS

# Design trifft Qualität

Bunte Farben und ein ausgefallenes, originelles Patchwork-Design zeichnen die niederländische Marke Lief! aus – Nicotoy-Plüschlinie um farbenfrohe Baby- und Kleinkinderprodukte erweitert

Die 2005 als kleiner Laden mit spezieller Babykollektion gegründete Designmarke von Yvonne Woudstra und John van den Herik ist heute eine international erfolgreiche Lifestyle-Brand. Zum breiten Sortiment der Lief!-Lifestyle-Produkte gehören neben Kuscheltieren und Taschen auch diverse Wohnaccessoires. Neben der hohen Qualität sorgt das typische Lief!-Patchwork-Design für Aufmerksamkeit. Das Sortiment spricht dank verschiedener Materialien und Farben die Wahrnehmungssinne der Kleinsten an.

Bei der Lief!-Girls-Babyplüsch-Linie von Nicotoy dreht sich alles um ein kleines Hündchen. Ob Plüschtier, Ringraschel, Quietscher, Spieluhr, Schmusetuch, Spielmatte oder Stoffbuch – an jedem Spielzeug findet sich ein niedlicher



Hundekopf. Bei der farbenfrohen Boys-Linie von Nicotoy hingegen steht ein

lustiger Hase mit langen kunterbunten Ohren im Mittelpunkt.

Neben der Boys- und Girls-Linie bietet Simba Toys mit „Betsy the Bear“ und „Bas the Bear“ ein Lief!-Bärensoriment in Rosa und Blau an. Die Lief!-Hasenlinie mit Schmusetüchern und Plüschtieren begeistert ebenfalls in beiden Farbvarianten.



ANZEIGEN

**60 Jahre**  
1954-2014

**EBO**  
PLÜSCHTIERE

Seit **60 Jahren** tummeln sich von **A** wie Affe bis **Z** wie Ziege fast alle Tiere im EBO-Zoo

Erich Bohl Plüschspielwaren GmbH & Co. KG  
Kemmater Weg 7 96472 Rödental  
Tel.: +49(0)9563/1367 Fax: 4348  
E-Mail: info@ebo-pluesch.de  
www.ebo-pluesch.de



FLASHPOINT

# Kultige Plüschfiguren

Exklusiver Vertrieb der Produkte von Together+ aus der Nintendo-Lizenzserie in Deutschland – Seit Jahren wird das Trendartikel-Portfolio konsequent weiter ausgebaut

Flashpoint strebt ein stetig wachsendes Trendartikel-Sortiment an, denn die Produktvielfalt wird der Firma immer wichtiger. Zusammen mit Together+, spezialisiert auf Design, Fertigung und den weltweiten Vertrieb lizenzierter Produkte, bringt das Hamburger Unternehmen die Plüschfiguren bekannter Nintendo-Charaktere in den deutschen Handel. Dazu gehören Figuren der beliebtesten Charaktere wie Mario, Prinzessin Peach, Yoshi, Donkey Kong und viele andere bekannte Nintendo-Gesichter in verschiedenen Variationen.



Die Plüschfigur Luigi ist ca. 23 cm groß

## Bekannte Lizenzen

Mit der neuen Partnerschaft unterstreicht Flashpoint den stetigen Ausbau des Portfolios mit Toys, Trends sowie Merchandise. Die neuen Bereiche wurden in den vergangenen vier Jahren massiv ausgebaut – durch die Zusammenarbeit mit wichtigen Herstellern wie Amigo, Carletto, Dickie Toys, Hasbro, Nici, Simba Toys, Spin Master, United Labels oder Vivid. Deniz Dinc, Head of Toys and Merchandise: „Wir werden mit starken Partnern diese Bereiche noch erweitern und besonders Lizenzthemen in den Fokus nehmen. Wir sind sehr nah am digitalen Markt und es verschafft uns wichtige Marktvorteile, dass wir große

Kino- sowie Lizenzthemen frühzeitig erkennen und diese mit vielen Aktionen unterstützend im Handel begleiten können.“

Produkte aus dem Spielwaren- und digitalen Medienbereich werden im Handel zusammengebracht und erzeugen damit attraktive Lizenzflächen am Point of Sale. Nach der Vermarktung von Nintendo-Merchandise ab 2011 folgten Spielwaren zu „Ice Age 4“ sowie Panini-Produkte zur Fußball-EM 2012 und im vergangenen Jahr Spielwaren zu Disneys „Monster Uni“, zu „Skylanders“ und den „Beanie Boos“ von Ty. In diesem Jahr ist Flashpoint vom aktuellen Erfolg mit Panini-Artikeln zur WM 2014 sehr angetan und wird im Sommer zu „Drachenzähnen leicht gemacht 2“ sowohl Spielwaren als auch Merchandise-Artikel im Handel platzieren. Für 2015 sind bereits jetzt vielversprechend Themen in Planung.

## Kern- und Zusatzsortimente

Die Flashpoint AG ist seit 25 Jahren im Bereich Videospiele, Konsolen und Zubehör tätig und heute einer der bedeutendsten Multimedia-Großhändler im deutschsprachigen Raum. Das Kernsortiment liegt im klassischen Box-Geschäft mit Games, Filmen und Audiodbereich. Mehr und mehr stehen auch Merchandise- und Trendartikel im



Der bewegliche, ca. 20 cm große Yoshi als liebenswertes Stofftier



Der ca. 20 cm große Klemmner Mario ist wahrhaft gelenkig

Fokus, dieses Segment macht schon über 10 Prozent des Gesamtgeschäftes aus. Durch die etablierte Distribution und ein breites Sortiment kann das Hamburger Unternehmen die Nachfrage bei Entertainment- sowie Merchandise-Artikeln und Trendprodukten, darunter T-Shirts und Plüschartikel, zuverlässig und schnell bedienen.



Display mit vielen Plüschcharakteren aus der „Super Mario“-Welt auf vier Ebenen

LEGO

# Mädchen lieben es zu bauen

Das Lego Friends Konzept hat Mädchen ab 5 Jahren voll überzeugt – Zwei Jahre nach Neueinführung ist die Linie aus dem Lego Portfolio schon nicht mehr wegzudenken

LEgo Friends Sets liefern Bauspaß, Erweiterungsmöglichkeiten, Kombinierbarkeit und viel Raum für Kreativität – das alles unter dem Motto „Freundschaft“ mit den beliebten Lego Friends Mädchen-Spielfiguren, die die Identifikation der Zielgruppe mit der Lego Friends Welt sichern und das Rollenspiel in den realistischen und detaillierten Sets beflügeln. Das Erfolgskonzept wird auch im 2. Halbjahr 2014 weiter ausgebaut und der Aktionsradius um Heartlake City erweitert, so können Mädchen ihrem Lego Friends Universum



Einsatz am Dschungel-Wasserfall: Auch Mädchen wollen Action und die Rettungsaktion wird mit Geländewagen sowie Hubschrauber durchgeführt – die Ausstattung lässt sich ideal mit den anderen Sets kombinieren



Erste Hilfe Dschungel Bike: perfekt für den Einstieg ins neue Thema



Einsteiger als auch Fans der Linie gleichermaßen anspricht.

Die neuen Themen im Sortiment schaffen Differenzierung zur bekannten Heartlake City: Ausflüge im Wohnwagen, auf den Berg und ins große Einkaufszentrum oder aufregende Abenteuer mit exotischen Tieren im Dschungel. Die Produktrange deckt alle Preislagen und Kaufanlässe ab und wird von einer breiten Marketingkampagne unterstützt. Und ab Juni gibt es eine neue Produktlinie mit vier Sets, dann können die Lego Friends Mädchen sogar Tiere im Dschungel retten.

kontinuierlich mehr Rollenspiel-Szenarien hinzuzufügen. Zudem bleibt die Tierfiguren-Serie weiter im Programm, die mit hohem Sammelanreiz sowohl



Große Dschungelrettungsbasis als Highlightmodell: Hier ist alles drin, was man für eine Dschungelrettungsaktion benötigt. Mädchen lieben die vielen Details, die realistisches Rollenspiel ermöglichen



## HINEIN IN DIE MYSTISCHE WELT DER HEXEN!

FUNNY FASHION vertritt im deutschsprachigen Raum die HRH Handelsagentur Rolf Horstkotte, die neben faszinierenden Outfits für Rock'n Roll, den Wilden Westen oder Seeräuber-Abenteuer auch tolle Hexenkostüme vorstellt – dieses magische Kleid mit Hut verzaubert auf jeder Kostümparty.



## GUT GERÜSTET FÜR DIE WILDWEST-WELT

J.G. SCHRÖDEL bietet seit 1846 Qualität zum Anfassen und in diesem Jahr wurde das Spielzeugwaffen-Sortiment um den Gürtel „Cowboy“ (60-90 cm, eine bzw. zwei Taschen) sowie die Lederimitatgürtel „Duell“ (55-90 cm) und „Eagle“ (95-135 cm) als Nieten-Version mit ein oder zwei Taschen erweitert.



## BUNTE PARTY-SETS MIT DEN SKYLANDERS

FOLAT bringt die beliebten Videospiele-Charaktere auf Kindergeburtstagen und Festivitäten u.a. durch Flagbanner zur Geltung. Ein Komplettsset enthält je acht Teller, Becher, Einladungen, Partytüten, Latexballons sowie eine Tischdecke und 20 Servietten – alle mit tollen Skylanders-Motiven bedruckt.



## FÜR VERRUCHTE PIRATENKAPITÄNE

FRIES liefert dieses Cape in den Größen 86 bis 98 aus, ein Zombie-Dreispitz (Größe 58) kleidet sowohl Piratenkapitäne als auch coole Ladies, die mit Fries Zombie-Schminke ein tolles Halloween-Outfit kreieren können. Brandneu für Teenies ist die Kesse Ordnungshüterin (Kleidergrößen 140-164).



## DEKORATIVE KOPF-BEDECKUNGEN UND BODYSUITS

SMIFFYS lässt Indianer-Feeling mit attraktivem Kopfschmuck aufkommen – authentisch, vielfarbig und im originellen Stirnband-Design. Perfekt passen sich angesagte Sport- oder Freizeit-Kostüme wie eine zweite Haut an – auch mit elf Bodysuits-Designs in lebhaften Farben wie „Neon Pink Cheetah“ und „Pink Zebra“.

DUO SCHREIB & SPIEL

# Duo-Gesellschafterversammlung 2014 in bester Stimmung

Berliner Verband erhöhte Umsatz und Boni – Stationär und online erfolgreich – Für dieses Jahr erneut 5 Prozent Wachstum geplant

**D**uo Schreib & Spiel erhöhte zum Jahresanfang 2013 die Bonusausschüttung für die Gesellschafter um 0,25 Prozent in Form des Partnerschaftsbonus. Besonders aktive Duo-Anschlusshäuser sollen von der jüngsten Bonuserhöhung profitieren und können ab 2013 netto bis zu 2,5 Prozent Duo-Ausschüttung erhalten.

Dabei wurde erst vor zwei Jahren die letzte Bonuserhöhung vorgenommen. Duo Schreib & Spiel hebt sich durch kontinuierliche wirtschaftliche Erfolge deutlich vom Markt ab und gebe diese an seine Kommanditisten weiter, erklärte Geschäftsführer Hans Jörg Iden auf der traditionellen Duo-Presskonferenz Mitte Mai in Berlin.

2013 konnte Duo Schreib & Spiel ein außerordentlich erfolgreiches Ge-

schäftsjahr mit einer deutlichen Umsatzsteigerung von über 5 Prozent zum Vorjahr realisieren und steigerte konträr zu den Märkten: Laut GfK erwirtschaftete die Schreibwarenbranche im Geschäftsjahr 2013 lediglich ein Plus von 1 Prozent und die Spielwarenbranche lt. npd-group ein Plus von 2 Prozent. Berücksichtigt man die jüngsten Preiserhöhungen der Industrie, hatten beide Branchen ein negatives Gesamtergebnis im Geschäftsjahr 2013 erzielt.

Einen weiteren großen Erfolg erzielte die Duo-Zentrale 2013 mit dem Duo-Marktplatz. Dieser hat mit außergewöhnlichen Umsatzsteigerungen und der Auszeichnung durch das Deutsche Institut für Service-Qualität als sicherster Online-Spielzeugshop zum positiven Ergebnis beigetragen. Per 31.12.2013 vereinte Duo Schreib & Spiel 74 aktive Gesellschafter mit über 100 Duo-Anschlusshäusern, auf dem verbandseigenen Fachhandelsmarktplatz [www.duo-shop.de](http://www.duo-shop.de).

## Entwicklung des zentralregulierten Verkaufsumsatzes

Duo Schreib & Spiel vereinte zum 31.12.2013 insgesamt 447 stationäre Duo-Fachgeschäfte mit einem zentralregulierten Verkaufsumsatz von über 226 Mio. €. Im Geschäftsjahr 2013 kam es zu Umsatzanteilsverschiebungen. So wurden in der Saison höhere Spielwarenumsätze generiert, wodurch das Segment Duo Spiel & Freizeit auf 1 Prozent Plus im Vergleich zum Vorjahr kam und das Jahr mit 47 Prozent abschloss.

Der Bereich Duo Life & Style wurde ebenfalls um 1 Prozent auf nun 3 Prozent gesteigert. Der Kreativumsatz ist 2013 konstant bei 2 Prozent geblieben. Durch die beiden wachsenden Sortimente schloss Duo Schule & Büro, trotz steigender Umsätze, mit einem Anteil

von 48 Prozent das Geschäftsjahr ab und verlor 2 Prozent im Verhältnis zum Vorjahr.

Für das Geschäftsjahr 2014 plant die Zentrale eine Umsatzentwicklung von 5 Prozent mit 460 Duo-Fachgeschäften.

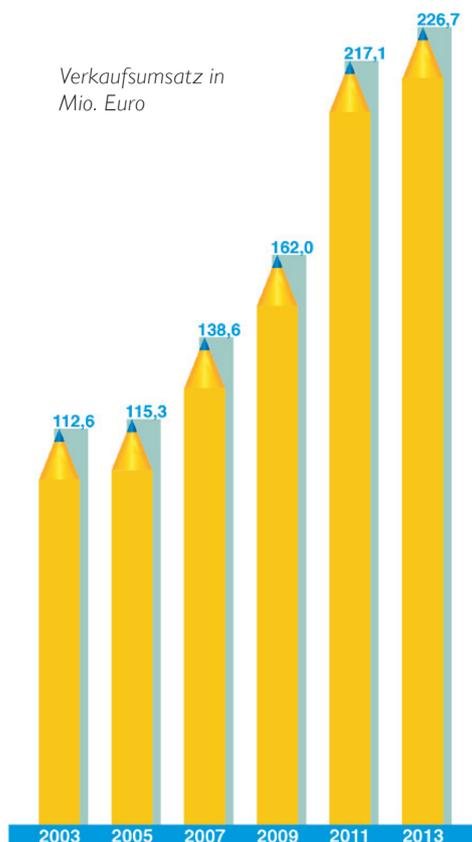
## Duo-Printwerbung 2014

Im Geschäftsjahr 2014 werden den Gesellschaftern 16 Printmaßnahmen zur Marktbearbeitung zur Verfügung gestellt. Neu werden dabei der Schulrucksack- und der Kreativkatalog sein. Ferner wird die Duo-Zentrale fünf eigene TV-Spots auf Nickelodeon und dem neuen Disney-Free-TV-Sender ausstrahlen. Geplant ist eine Bruttoreichweite von über 600 GRP. Der Schwerpunkt der Duo-Fernsehkampagne wird mit drei Spots auf das Schulgeschäft gerichtet sein. Der fünfte Spot wird im Oktober parallel zur Kreativ- und der Weihnachtswerbung ausgestrahlt.

Die Duo-Schulwerbung umfasst drei Print-Werbekonzepte und das Duo-Mehrwertprogramm. Auf dem Duo-Marktplatz wird der Schul-Konfigurator zur Erstellung von Online-Schulzetteln für Eltern und Lehrer angeboten. Um dem Handel eine individuelle Printwerbung anzubieten, verfügen der Schulkatalog und der Schulflyer II über vier Felder, bei denen die Produkte sowie die Preise individuell gewählt werden können.

Um die Individualität für den Handel weiter auszubauen, kann 2014 der Schulflyer II ab einer Auflage von 10.000 Stück so gestaltet werden, dass zusätzlich alle Produkte auf der ersten und letzten Seite mit individuellen Preisen versehen werden können. Somit kann der Fachhändler vier Artikel selbstbestimmen und weitere strategisch wichtige Artikel mit individuellen Preisen versehen.

Verkaufsumsatz in Mio. Euro



LEGO

## New office in Shanghai

In recent years growth has been especially strong in China and other Asian markets – Recruiting and developing global talents – Reaching children in China and Asia with the Lego play experience

Over the past few years, the Danish manufacturer of play materials based on the iconic Lego brick has experienced a massive commercial success and an unprecedented growth, more than quadrupling revenue in 10 years. Millions of children in China and other Asian markets have placed Lego products high on their wish lists. In China alone, Lego sales grew by more than 50 percent in 2013.



Jørgen Vig Knudstorp,  
President and CEO  
of the Lego Group

On April 28<sup>th</sup> the Lego Group inaugurated a strategically important main office for the company in Asia. “The new main office

in Shanghai, our current main office in Singapore, and the establishment of our own manufacturing here in China, are all testaments to our firm commitment to establish a solid presence in China and Asia. We

want to contribute to the very positive development and modernisation China is already experiencing. We want to do so by understanding the culture better, by delivering high quality products for children and educational institutions, acting in a responsible manner and contributing to further focus on learning through play,” said Jørgen Vig Knudstorp, President and CEO of the Lego Group.

### Understanding children in Asia better

The Lego office in Shanghai will include functions covering Marketing, HR, IT, Facilities, Finance, Operations and not least consumer insights and research. I-Chih Chen, General Manager and Vice President for the Lego Group in China: “At our headquarters in Denmark, 180 designers from 24 countries develop new and exciting play experiences. In future we will seek to increase our research in and understanding of children in China and other countries in Asia, enabling Lego designers to develop and launch

even better products for children all over the world. The emerging middle class in China offers unique opportunities for the Lego Group and supports our aspiration to reach many more children with the Lego play experience. We have a unique high quality product that stimulates creativity and is really fun and engaging to play with.”

Together with the existing main office in Singapore, the Shanghai location will also increase the Lego Group’s ability to recruit highly skilled and a more diversified work force into the company. “Shanghai is an ideal location for us, as it is a metropolitan location where international businesses and consequently international and Chinese business talents come together. By having several business areas represented in the new office, we can offer new talent broader career opportunities in the Lego Group,” says Michael McNulty, Senior Vice President and Head of the Shanghai Office.

EU

## Against national measures

General Court with decision on German limit values for chemicals in toys – National limit values are of no use to anyone in a harmonized European market

The General Court of the European Union (EU) recognises that toy safety is guaranteed by the requirements of the Toy Safety Directive 2009/48/EC. The judgement (T-198/12) from May 14, 2014 confirms the Commission’s decision according to which Germany may not maintain its current limit values for arsenic, antimony and mercury in toys, but annuls the decision in part as regards lead.

The General Court ruled on the action of the Federal Republic of Germany against the limit values for chemicals

which have been in force since July 20, 2013 on the basis of the new EC Toy Directive. Germany wanted to retain (allegedly stricter) limit values for individual heavy metals (including arsenic, mercury, antimony) which are different to those laid down in the Directive. Germany has not proved that those limit values, which correspond to the old EU standard, ensure a higher level of protection than the new European limit values. The Court held that, if converted appropriately, the European limit values for the heavy metals arsenic, mercury and

antimony are in fact stricter than those on which Germany was insisting.

Toy Industries of Europe’s (TIE) Director General, Catherine Van Reeth, commented: “We are pleased that the Court’s judgment recognises that toys that comply with the provisions of the Toy Safety Directive are safe. It also reinforces the importance of science based decision making. TIE’s members are fully committed to implementing the provisions of this Directive, which were set by the EU’s leading experts, and will analyse today’s judgement in detail.”



Suchen Sie neue Mitarbeiter?

Haben Sie eine Handelsvertretung zu vergeben?



Eine Anzeige schwarz/weiß in dieser Größe (55 x 51 mm) kostet

186,- €  
(zzgl. USt.)

Nächstmögliche Ausgabe:  
August-Ausgabe 2014

Deadline Stellenmarkt:  
20.07.2014



Infos und Buchung:

SPIELZEUGinternational  
Tel.: 09194/7378-0

Fax: 09194/7378-20

spielzeug@spielzeuginternational.de

Für Ihre

## Media-Planung Mediadaten 2014

Download unter  
[www.spielzeuginternational.de/mediadaten-komplett](http://www.spielzeuginternational.de/mediadaten-komplett) oder  
telefonisch anfordern unter  
09194/7378-0



### Stellenangebot



elliott

Die ELLIOT GmbH ist ein weltweit operierendes Handelsunternehmen mit Sitz am Niederrhein. Unser Sortiment besteht aus Drachen/Outdoor, Spielwaren und Dekorationsartikel, Freizeitzubehör sowie Hobby- und Geschenkartikel.

Zur Verstärkung unseres Vertriebsteams suchen wir zum nächstmöglichen Eintritt

#### Freie Handelsvertreter/-innen

für den regionalen wie auch bundesweiten Einsatz. Kundenschutz ist selbstverständlich, wobei zu der attraktiven Vergütungsprovision auch eine immer wiederkehrende Folgeprovision gehört.

#### Ihre spannenden Aufgaben

- Neukunden-Akquisition
- Bestandskundenbetreuung/Pflege
- Umsatzgenerierung mit eingeführten Produkten

Ein eigener Pkw ist für diese Aufgabe unerlässlich.

Aussagekräftige Bewerbungsunterlagen, bitte per Mail an [klaus.wanders@elliott.de](mailto:klaus.wanders@elliott.de)  
[www.elliott.de](http://www.elliott.de)

Marketing

Jetzt buchen!

**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)

Ausgabe	Sonderthemen	Dispositions- schluss	Erscheinungs- termin
08/2014 August	Lizenzen, elektronisches Spielzeug, Lerncomputer <i>Messen: Tendence, Frankfurt Gamescom, Köln</i>	14.07.2014	30.07.2014
09/2014 September	Kinderfahrzeuge, Sommer / Out- door, Spiele, Puzzles, Kinderbücher, Home Entertainment <i>Messe: Kind+Jugend, Köln</i>	11.08.2014	27.08.2014
10/2014 Oktober	Multimedia / Edutainment, Modell- eisenbahnen, Autorennbahnen, DieCast- / RC-Modelle, Hobby und Kreativ, <i>Messe: Spiel'14 Essen</i>	08.09.2014	24.09.2014

## Inserenten-Index

### A

Anima .....45  
F – Hipsheim

### B

Best-Lock..... US 2  
Wedel

### C

Carletto ..... 37, 39, 43  
Dietzenbach

### D

Dan Import .....55  
Lemgo

Simba Toys..... US 4  
Fürth

### E

Elliot.....69  
Xanten

Erich Bohl.....39  
Rödental

### H

Heless .....55  
Schwetzingen

Hudora ..... 19  
Remscheid

### J

JC Toys.....49  
USA – Miami

### K

Koelnmesse ..... 15  
Köln

### L

Lego ..... 11  
Grasbrunn

### M

Merkur Toys ..... 19  
CZ – Police nad Metuji

Mont-Joie.....41  
Münster

### P

Postler .....21  
Nürnberg

### R

RMC .....23  
Neuried

### S

Sabine Trend .....25  
Pyrbaum

Der Umwelt zuliebe verwenden wir chlorfrei gebleichtes Papier.  
Die Versandhülle ist ungiftig und voll recycelbar.

## Impressum

**SPIELZEUG**  
*international*

Das unabhängige Fachmagazin für Spielwaren, Hobby, Geschenkartikel und Entertainment

### SPIELZEUGinternational

Internationales Fachmagazin  
20. Jahrgang, Heft 06-07/2014  
Erscheinungstag: 28. Mai 2014



#### Offizielles Organ:

TTT The Toy Traders, Stuttgart, mit Europäischer Vereinigung des Spielwaren-Detailhandels sowie Europäischer Föderation des Spielwaren-Groß- und Außenhandels

#### Anschrift:

SPIELZEUGinternational  
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:

Volker Hoffmann, Ingrid Kropfeld,  
Karin Ruckdäschel, C. Suplisson

#### Anzeigen:

Ingrid Kropfeld (Ltg./-17), Petra Berbalk (-11)  
Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 8, September 2013

#### Ständige Mitarbeiter/innen:

**Recht:** RA Thomas Mönius, Forchheim  
**Si-Express:** Gisela und Dieter Scholz, Nürnberg  
**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 Verlags GmbH & Co. KG  
Debert 32

91320 Ebermannstadt, Deutschland

#### Verlagsleitung:

Alfred G. und Ingrid Kropfeld

#### Druck:

Aumüller Druck Regensburg

#### Jahresbezugspreis:

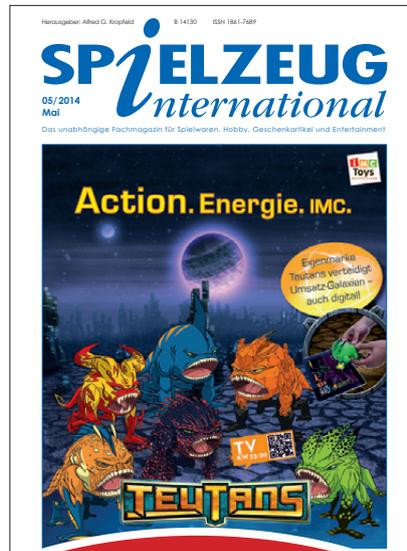
Diese Zeitschrift erscheint monatlich. Inland € 85,- zzgl. gesetzl. USt.,  
Ausland € 95,- bzw. per Luftpost € 159,-. Bei Lieferverzögerung oder  
Lieferausfall, in Folge von vom Verlag nicht zu vertretender Gründe,  
besteht kein Ersatzanspruch.

#### IWW-geprüft:

Das Berliner Institut IWW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. prüft nach einheitlichen Richtlinien u.a. die Verbreitung von Zeitungen und Zeitschriften. SPIELZEUGinternational wird seit Oktober 1995 von diesem unabhängigen Prüfinstitut testiert.



# Mehr wissen...



**Jetzt abonnieren**  
und jeden Monat über das Aktuellste rund um Spielwaren, Hobby, Geschenkartikel und Entertainment informiert werden.

Mit monatlich aktuellen Marktdaten von npdgroup/Eurotoys zum deutschen Spielwarenmarkt !

**Ein Jahresabonnement in Deutschland kostet 85,00 € (zzgl. 7% USt.) – Keine zusätzlichen Portokosten!**

Ja, ich bestelle bis auf weiteres ein Jahresabonnement (11 Ausgaben) der monatlich erscheinenden Fachzeitschrift SPIELZEUGinternational zum Preis pro Jahr (inkl. Porto):

- Deutschland: € 85,- zzgl. 7% USt.
- Ausland Europa: € 95,-
- Ausland Luftpost: € 159,-

Vorname, Name \_\_\_\_\_ Geburtsdatum \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ/ Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ E-Mail \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_ 1. Unterschrift \_\_\_\_\_

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

Gewünschte Zahlungsweise:

- gegen Rechnung
- durch Bankeinzug

Bankinstitut: \_\_\_\_\_

BLZ \_\_\_\_\_ Konto-Nummer oder IBAN und BIC \_\_\_\_\_

- Kreditkartenzahlung: bitte ankreuzen
- Visa  Mastercard  JCB

Kartennummer: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ gültig bis \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**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/abonnement>

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