BVS Handelsverband Spielwaren

BVS Chef-Info | Branchennews

06 | 2024

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Spielwarenmesse baut Position als einziges globales Branchenevent aus

Die Spielwarenmesse hat ihre einzigartige Führungsrolle auf dem Weltmarkt erfolgreich behauptet: Vom 30. Januar bis zum 3. Februar kam die gesamte Branche auf dem Nürnberger Messegelände zu ihrer einzigen globalen Veranstaltung des Jahres zusammen. 2.354 Aussteller aus 68 Ländern – und damit 10 Prozent mehr als im letzten Jahr – nutzten die Gelegenheit, um ihre Trends und Neuheiten zu verbreiten. Neben den Produktinnovationen erwarteten die 57.000 Besucherinnen und Besucher, die aus 125 verschiedenen Nationen zusammentrafen, abwechslungsreiche Networkingmöglichkeiten und viele Anregungen zum Top-Thema Kidults. 84 Prozent der Aussteller (2023: 83 Prozent) planen eine erneute Teilnahme an der Spielwarenmesse. Die nächste Ausgabe findet von Dienstag, den 28. Januar bis Samstag, den 1. Februar 2025 statt. Der komplette Schlussbericht der Spielwarenmesse 2024: Zur Pressemitteilung
Jetzt einschalten: Spielwarenmesse TV

Studie zu Zahlungsarten

Der HDE bittet um Ihre Mithilfe bei der Umfrage des EHI zu Zahlungsverfahren im Handel Er unterstützt diese Studie und stützt sich bei Politischen Fragestellungen auf die Ergebnisse. Die Umfrage ist geöffnet bis zum 15. März 2024. Die Ergebnisse helfen dem HDE, um in den kommenden Monaten die Belange des Handels zu vertreten und geben wichtige Argumente. Text und Fragebogen sowie einen Direktlink zum Onlinefragebogen finden Sie unter: https://einzelhandel.de/zvstudie.

Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V. (BVS)
An Lyskirchen 14 ·50676 Köln | Telefon: +49 221 27166-0 | Fax: +49 221 27166-20 | bvs@einzelhandel-ev.de | www.bvspielwaren.de

Spielwarenmesse 2024 & 25 Jahre Lego Star Wars

Anläßlich der Spielwarenmesse in Nürnberg feiert die Lego Gruppe das 25-jährige Jubiläum von Lego Star Wars und die Zusammenarbeit mit Lucasfilm. Seit einem Vierteljahrhundert freuen sich Star Wars und Lego Fans bereits über detailgetreue Modelle zu der beliebten Filmreihe. Heute werden fünf neue Lego Star Wars Sets vorgestellt, die ab dem 1. März 2024 erhältlich sein werden. Genau 25 Jahre nach der Ankündigung der neuen Produktlinie während der Spielwarenmesse 1999 in Nürnberg gehört zu den Lego Jubiläums-Produkten eine neue Starship Collection-Reihe mit brandneuen Modellen, die von den Raumschiffen Millennium Falcon, Invisible Hand und Tantive IV inspiriert sind. Außerdem freuen sich Fans auf ein ganz besonderes R2-D2 Jubiläums-Set. Die neuen Lego Star WarsTM Sets können ab sofort unter www.Lego.com/star-wars vorbestellt werden und sind ab dem 1. März 2024 in Lego Stores, auf lego.com und bei ausgewählten Einzelhändlern weltweit erhältlich. Das Lego Star Wars Invisible Hand Set ist exklusiv nur in den Lego Stores erhältlich.
https://www.legonewsroom.de

Das Ravensburger blaue Dreieck feiert 50-jähriges Jubiläum

Es ist dreieckig, es ist blau und es ist eines der beliebtesten und bekanntesten deutschen Markenzeichen: Das Ravensburger blaue Dreieck. Am Pressetag der diesjährigen Spielwarenmesse Nürnberg feierte das Unternehmen das 50-jährige Jubiläum seines blauen Dreiecks.2024 begeht das blaue Dreieck sein 50-jähriges Jubiläum mit einer ganzjährigen internationalen Kampagne unter dem Motto “Moments that connect.” – weil Spielen und Vorlesen Momente schaffen, die Menschen verbinden. Ravensburger würdigt seine Marke mit limitierten Sonderausgaben und Aktionen im Handel sowie mit Gewinnspielen in den digitalen Medien. Die Wahl der Farben und der Form kam nicht von ungefähr. Sie spiegelten die Philosophie des Unternehmens wider: Ein Dreieck steht für Klarheit, Stabilität und Harmonie. Blau ist nicht nur die Lieblingsfarbe der meisten Deutschen, sondern signalisiert zudem Verlässlichkeit, Ruhe, Erholung und Sicherheit. Auch die Platzierung ist kein Zufall. Die rechte untere Ecke gilt als „Greifecke“ bei Spiel- und Puzzle-Schachteln, wenn sie aus dem Regal gezogen werden, oder als die „Blätterecke“ bei Büchern.
https://www.ravensburger-gruppe.de

Kosmos präsentiert innovative Produkte auf der Nürnberger Spielwarenmesse

Kosmos startet mit einer stabilen Position ins Spielwarenjahr 2024. Das Stuttgarter Unternehmen behauptet sich in einem schwierigen Marktumfeld und gewinnt Marktanteile hinzu. Im Bereich Experimentieren verzeichnet

das Unternehmen ein leichtes Umsatzplus und festigt damit auch weiterhin seine Marktführerschaft. Das Familien- und Erwachsenenspiel entwickelt sich über Markt und der Verlag bleibt auch in diesem Bereich die Nummer eins. International freut sich das Unternehmen gemeinsam mit seinen Partnern ebenfalls über ein erfreuliches Wachstum, das über dem im deutschen Markt liegt und im Bereich Scientific Toys sogar zweistellig ist. Im Rahmen der Nürnberger Spielwarenmesse präsentiert der Stuttgarter Verlag nun seine Produktinnovationen für das Spielwarenjahr 2024 rund um die Themen nachhaltiges Wohnen, erneuerbare Energien und Homefarming. Der ausführliche Neuheitenüberblick: https://cms.kosmos.de

Playmobil feiert 50. Geburtstag

Mit einem Ritter, einem Indianer und einem Bauarbeiter hat am 2. Februar 1974 auf der Nürnberger Spielwarenmesse die Erfolgsgeschichte von Playmobil begonnen. Mittlerweile ist die Kultmarke fester Bestandteil im Leben vieler Kinder und Erwachsener. Wie vor 50 Jahren sind die Playmobil-Figuren auch heute noch siebeneinhalb Zentimeter groß und für ihr Lächeln weltberühmt. Über fünf Jahrzehnte ist die Figurenvielfalt stetig gewachsen und es kamen immer neue Spielwelten hinzu. Mehr als 3,8 Milliarden Figuren sind in den vergangenen 50 Jahren produziert worden und Playmobil ist mit einem Bekanntheitsgrad von 91 Prozent nach eigenen Angaben die bekannteste Spielwarenmarke aus Deutschland und gehört zu den bedeutendsten Spielwarenherstellern weltweit. Unter dem Motto „Join the Party“ feiert Playmobil das ganze Jahr 2024 den runden Geburtstag. Playmobil-Vorstand Bahri Kurter kündigte auf der Spielwarenmesse auch spektakuläre Kooperationen im Jubiläumsjahr an: Bereits in wenigen Wochen wird die Deutsche Post eine Playmobil-Briefmarke auf den Markt bringen und zur Fußball-Europameisterschaft in Deutschland startet eine spannende Aktion mit dem Deutschen Fußball-Bund. Ab April wird es außerdem eine weltweite Kooperation mit McDonalds geben. Besonderes Augenmerk wird bei Playmobil zum Geburtstag der Marke auf Nachhaltigkeit gelegt. Mit Jahresbeginn 2024 wurde die Produktion aller Artikel im Kleinkindportfolio von klassischen, fossilbasierten auf pflanzenbasierte Materialien umgestellt.
Die ausführliche Presseinformation: https://www.playmobil.com

Ravensburger wächst mit Innovation gegen den Markttrend

Die Ravensburger Gruppe hat eines ihrer erfolgreichsten Geschäftsjahre absolviert. Trotz des weltweit verhaltenen Konsumklimas stieg ihr Umsatz im vergangenen Jahr um 11,6 Prozent auf 669 Millionen Euro. Ravensburger erzielte vor allem mit seiner Investition in die Sammelkartenbranche einen außerordentlichen Umsatzzuwachs und realisierte mit

der Innovation „Disney Lorcana“ den größten Produkt-Launch in der Unternehmensgeschichte. Innovativ war Ravensburger auch im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie: Erstmals veröffentlichte das Unternehmen mit „GraviTrax Junior“ ein Produkt mit Materialien aus Bio-Kunststoff. Optimistisch geht Ravensburger ins Jahr 2024: Das als Vertrauensmarke bekannte blaue Dreieck feiert 50-jähriges Jubiläum mit einer ganzjährigen Kampagne. Der ausführliche Geschäftsbericht: https://www.ravensburger-gruppe.de

Simba Dickie Group: Verkraftbarer Umsatzrückgang angesichts des herausfordernden Jahres

Es war ein turbulentes Jahr. Umso mehr freut es Manfred Duschl, den langjährigen CFO der global agierenden Gruppe, „dass die Simba Dickie Group in diesem wirtschaftlich schwierigen Umfeld einen konsolidierten Gesamtumsatz in Höhe von 675,2 Millionen Euro erzielen konnte. Gegenüber dem Vorjahr mit einem realisierten Gesamtumsatz von 701,9 Millionen Euro bedeutet das einen Rückgang von unter 4,0 Prozent.“ Mit diesem Ergebnis habe die Simba Dickie Group (SDG) im Vergleich zur Marktentwicklung gut abgeschnitten. Florian Sieber, CEO der Gruppe ergänzt: „Die schwierige Gesamtmarktsituation kam nicht wirklich überraschend und floss daher in unsere Planungen ein.“ Die Investitionen der Gruppe beliefen sich im Jahr 2023 auf 40,0 Millionen Euro, davon entfielen 15,0 Millionen Euro auf Investitionen in Werkzeuge. Am Logistikstandort der Gruppe in Sonneberg konnte im September 2023 das neue Lagergebäude mit einer Gesamtfläche von 5.000 Quadratmetern in Betrieb genommen werden. Von der Gesamtinvestitionssumme in Höhe von 12 Millionen Euro entfallen 7,9 Millionen Euro auf das Jahr 2023. Der ausführliche Geschäftsbericht: https://pressnet.simba-dickie-group.de

Märklin wächst gegen den Trend: Fans stützen den Erfolg der Traditionsmarke

Erfreuliche Nachrichten aus Göppingen: Trotz der wirtschaftlich angespannten Lage sind alte und neue Modelleisenbahn-Fans Märklin treu geblieben. Der Göppinger Traditionshersteller kann eine positive Umsatzentwicklung verzeichnen. „Unsere Umsatzpläne für das letzte Geschäftsjahr 2022/2023 haben wir mit 127 Millionen Euro fast erreicht. Im Rahmen des wirtschaftlich und politisch schwierigen Umfelds sind wir mit dieser Entwicklung sehr zufrieden“, resümiert Florian Sieber, Geschäftsführender Gesellschafter von Märklin das abgeschlossene Geschäftsjahr. Er blickt optimistisch in die Zukunft: „Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir einen Umsatz von 130,8 Millionen Euro.
Zur Pressemitteilung: https://pressnet.simba-dickie-group.de
Weitere Infos unter: https://www.maerklin.de

Steinmann zieht sich aus dem Markt zurück – Simba Dickie Group übernimmt Marken

Die Georg A. Steinmann Lederwarenfabrik stellt ihre unternehmerischen Aktivitäten im Schul- und Lederwarenbereich ein und wird sich aus dem Markt zurückziehen. Dieser Schritt erfolgt nach reiflicher Überlegung und Evaluierung aller möglichen Optionen. Für eine Weiterführung der erfolgreichen Schulranzenmarken hat man die Simba Dickie Group als weltweit aktives Familienunternehmen gewählt, um eine Fortführung der traditionsreichen Marken zu gewährleisten. Mit Wirkung zum 31.1.2024 wird die Simba Dickie Group GmbH die Marken Scout, DerDieDas und 4YOU von der Steinmann Gruppe erwerben. Um sie mit neuem Leben zu füllen und weiterzuentwickeln, betraut die Simba Dickie Group Undercover ab dem 1.5.2024 mit der Produktentwicklung, Vermarktung und dem Vertrieb der Produktlinien von Scout, DerDieDas und 4YOU. Bis dahin erfolgt der Vertrieb der Schulranzen unverändert über die Steinmann Gruppe. Die ausführliche Pressemitteilung: https://pressnet.simba-dickie-group.de

Neues Spielwarenunternehmen Wyncor gibt sein Branchendebüt auf der Spielwarenmesse

Die private Investmentfirma Jstar Capital hat ein neues Spielzeugunternehmen namens Wyncor gegründet, das von Miami aus operiert und sich auf die Herstellung von Original- und Lizenzspielzeuglinien weltweit konzentriert. Unter der Leitung der ehemaligen ZAG- und Mattel-Führungskraft Helena Perheentupa hat das Unternehmen den Einzelhändlern auf der Spielwarenmesse lizenzierte Serien für Paramount- und Hasbro-Marken vorgestellt. Das Unternehmen wird diese Lizenzen in eigenen Produktlinien nutzen, darunter Miraball-Überraschungseier, ReClay-Spielzeugmischungen, SwopPop-Modebeutel, Mon Ami-Plüsch und OozySqueezy-Sinnesspielzeug-Blindbeutel. Eine erste Einführung dieser lizenzierten Sortimente soll in diesem Frühjahr in Target-, Fred Meyer- und Meijer-Filialen in den USA erfolgen.
https://kidscreen.com

Licensing International ernennt Ute Stauss zur deutschen Geschäftsführerin

Licensing International ernennt die globale Lizenzierungsexpertin Ute Stauss zur neuen Geschäftsführerin für Deutschland. Stauss ist freiberuflich in der Konsumgüterindustrie tätig und arbeitet als Einzelhandels- und Strategieberaterin. Sie war fast zwei Jahrzehnte bei

The Walt Disney Company tätig, zuletzt als Direktorin für Fashion & Home. In ihrer Rolle als Strategieberaterin hat Stauss mit einer Reihe von Medien- und Unterhaltungsunternehmen zusammengearbeitet, darunter die Formel E, NBC Universal und die NFLPA.
https://licensinginternational.org

Natalie Nicole Berling-Noé kehrt als Head of Licensing für die DACH-Region zurück zu Mattel

Mattel gibt bekannt, dass Natalie Nicole Berling-Noé als Head of Licensing für Deutschland, Österreich und die Schweiz in das Unternehmen eingetreten ist. Natalie Berling-Noé begann ihre berufliche Laufbahn bei Mattel. Daraufhin war sie in verschiedenen Funktionen und Managementpositionen in der Konsumgüter-, Unterhaltungs- und Spielwarenindustrie tätig. Bei Mattel wird sie an Ruth Henriquez, Head of Consumer Products, Publishing and LBE EMEA, berichten und eng mit Sebastian Trischler, Vice President und Country Manager DACH, zusammenarbeiten. Sebastian Trischler ist neben der DACH-Region auch für das eCommerce/Amazon-Geschäft auf europäischer Ebene verantwortlich. Zahlreiche Projekte unter der Leitung von Natalie Nicole Berling-Noé wurden mit renommierten Preisen ausgezeichnet, darunter zum Beispiel die erfolgreiche Markteinführung von „Monster High“ in Österreich und Deutschland mit dem LIMA Award 2012.
https://www.mattel.de

Weitere Fachinformationen im Abonnement:

Spielinfo

Spielinfo : Brancheninformationsdienst für Spielzeug, Freizeitartikel, Videospiele, Baby- und Kinderausstattung

Hinweise zum DATENSCHUTZ.

BVS Chef-Info
in Zusammenarbeit mit der Spielwarenmesse eG
Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V.
An Lyskirchen 14 – 50676 Köln
Tel +49 221 27166-0
Fax +49 221 27166-20

bvs@einzelhandel-ev.de
www.bvspielwaren.de
www.spielwarenmesse.de