

das **spielzeug**

Das Fachmagazin der Spielwarenbranche

über

111

Jahre – seit 1909

BICYCLE

TRUSTED SINCE 1885

REPORTAGE
„ZAUBERBAUM“
ab Seite 12

FOKUS AUF
NACHHALTIGKEIT
ab Seite 34



Folge uns auf Instagram!
officialbicyclecards_de

de.bicyclecards.com

WÜNSCH DIR WAS!

2022

INHALTLICHES KONZEPT:

Das Thema Weihnachten zieht sich wie ein roter Faden durch das Magazin, das sich an Kinder und Eltern richtet. Neben dem Fokus auf den TOP-Sellern zu Weihnachten (für jede Altersgruppe) gibt es weitere inhaltliche Aspekte wie Bastel-tipps, Dekoideen, Rätsel, Witze, Rezepte, Adventskalender und Gewinnspiele. Eine zielgruppengerechte Sprache in Du-Form sowie ein buntes, dynamisches Layout sprechen die Kids direkt an.

ZIELGRUPPE: Eltern und Kinder (bis ca. 14 Jahre)

AUFLAGE: 20.000 Exemplare

ERSCHEINUNGSTERMIN: 11.11.22

FORMAT: 170x240mm

TOP VERBREITUNG: zur kostenfreien Mitnahme im Spielwarenfachhandel

On Top erscheint das Heft als epaper: Push über den Newsletter, Veröffentlichung auf www.dasspielzeug.de sowie Twitter, Facebook und Instagram!



ANZEIGEN- / ADVERTORIALPREISE

1/1 Seite	EUR 3.050.-
1/2 Seite	EUR 1.550.-
1/3 Seite	EUR 1.050.-
1/4 Seite	EUR 800.-
Abbildung Adventskalender	EUR 800.-
2. Umschlagseite	EUR 3.500.-
4. Umschlagseite (inklusive Händlerstempel)	EUR 3.500.-

SIE SIND MIT NEUER ZIELGRUPPENANSPRACHE
DABEI? SCHNELL BUCHEN UND
EINEN PLATZ SICHERN:
LETZTER ANZEIGEN- UND DRUCKDATENSCHLUSS-
TERMIN 21.10.2022

ANSPRECHPARTNER IM VERLAG:

Iris Lepach | Media Consultant | iris.lepach@dasspielzeug.de | Tel.: 0951 861-123 Menschen. Märkte. Meisenbach.



Liebe Leserinnen und Leser,

während Deutschland im Februar von einer Sturmserie heimgesucht wurde, ist es auch in unserer Branche alles andere als ruhig – egal ob bei den Messeveranstaltern, der Industrie oder im Handel. Nach der Bund-Länder-Runde am 16. Februar reagierte der Handelsverband Deutschland (HDE) erleichtert auf die Abschaffung der 2G- und 3G-Regelungen beim Einkauf. „Wir müssen deutlich machen, dass sich der 2G-Irrweg der vergangenen Wochen nie mehr wiederholen darf. Deshalb sollte die Politik klar formulieren, dass 2G- und 3G-Zugangsbeschränkungen beim Einkauf auch künftig nicht mehr in den Instrumentenkasten der Pandemiebekämpfung gehören“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Die künstliche Unterscheidung zwischen Handel mit täglichem und nicht-täglichem Bedarf dürfte bei Corona-Maßnahmen keine Rolle mehr spielen, schreibt der HDE. Denn das Infektionsrisiko sei unabhängig vom angebotenen Sortiment im gesamten Einzelhandel sehr gering.

Aufatmen konnten auch die meisten Spielwarenhersteller anlässlich ihrer veröffentlichten Zahlen zum vergangenen Geschäftsjahr, die trotz oder aufgrund von Corona überwiegend erfreulich ausgefallen sind. Ausführliche Ergebnisse dazu finden Sie ab Seite 50. Leichte Umsatzrückgänge muss u. a. Playmobil hinnehmen. Parallel dazu verbreitete sich das Gerücht, dass die Geobra Brandstätter Stiftung & Co. KG erneut an der Akquisition von Schleich interessiert sei. Laut dem Manager Magazin verlor Playmobil im Jahr 2019 den Bieterwettbewerb um den schwäbischen Tierfiguren-Hersteller. Damals ging Schleich von der Private-Equity-Gesellschaft Ardian in das Portfolio des Finanzinvestors Partners Group über. Ob es tatsächlich zu einer Übernahme kommt, ist nach wie vor völlig offen, da sich die Gespräche laut Medienberichten wohl noch in einem frühen Stadium befinden.



„Neues Konzept für Konsumgütermessen“

Konkrete Informationen gab es hingegen Mitte Februar von der Messe Frankfurt. Ab dem nächsten Jahr sollen die drei Konsumgütermessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ zeitgleich vom 3./4. bis 7. Februar 2023 stattfinden. Damit reagiert der Veranstalter auf den globalen Strukturwandel, den die Corona-Pandemie noch beschleunigt hat. Wie das neue Konzept bei Ausstellern und Besuchern ankommt, wird sich zeigen. Schließlich überschneidet sich der Termin mit der Spielwarenmesse. Folglich gilt es für einige, sich zu entscheiden: für Nürnberg oder für Frankfurt.

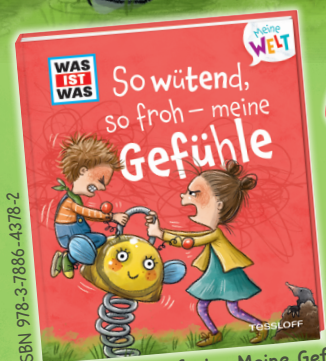
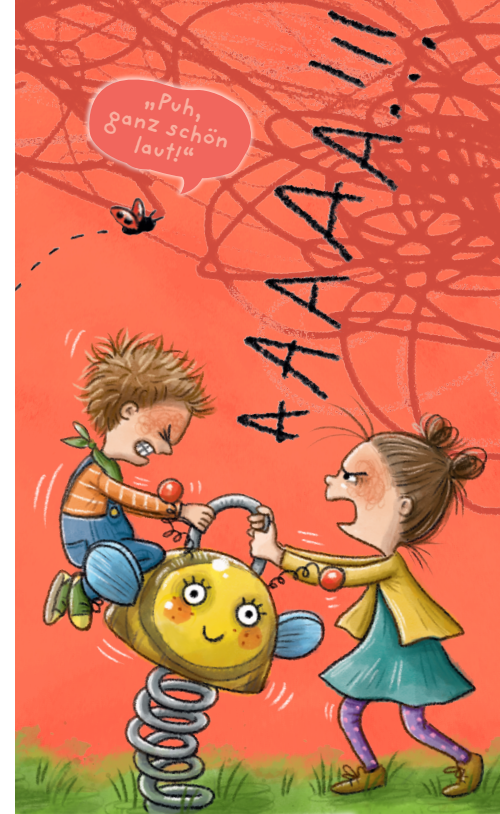
Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre unserer neuen Ausgabe.

Kerstin Barthel

Ihre Kerstin Barthel
kerstin.barthel@dasspielzeug.de



Von
superfroh
bis
stinkesauer!



So wütend so froh - Meine Gefühle
Klappenbuch, Ab 2 Jahren, 16 Seiten
€ (D) 9,95 - € (A) 10,30

ISBN 978-3-7886-4378-2

TESSLOFF VERLAG

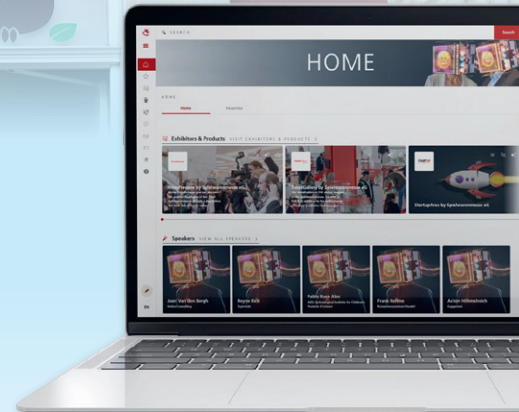
Ragnar Tessloff GmbH & Co. KG
Burgschmietstr. 2-4 · 90419 Nürnberg
T +49 (0)911 39906-970
vertrieb@tessloff.com

TESSLOFF

INHALT

In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen das Fachgeschäft „Zauberbaum“ aus Dresden genauer vor.

12



8

Wie verlief die Spielwarenmesse Digital und welche Produkte wurden mit einem „Toy Award“ ausgezeichnet? Die Antworten gibt es hier.

23

Wir präsentieren Ihnen eine Auswahl neuer Spiele und Puzzles.

UNSERE HÄNDLER

Kickoff 6 bis 7

Auftakt

Spielwarenmesse Digital: Gelungene Premiere der neuen Business-Plattform 8 bis 10

Unterwegs

Zauberbaum, Dresden:
Der Spezialist rund ums Holz 12 bis 14

Background

HDE:
Ende des „Irrwegs“ durch Wegfall von 2G und 3G 15

Sieper: Aktive Verkaufsförderung für den POS 16

Einzelhandel Deutschland:
Schwierigkeiten durch Lieferengpässe 18

Gastspiel

Frank Rehme, Zukunft des Einkaufens: Der digitale Kassenbon oder das Ende der Zettelwirtschaft 17

UNSERE SPIELWAREN

Unsere Titelstory

ASS Altenburger:
Bicycle® – eine Marke für alle 20 bis 22

Unsere Sonderthemen

Puzzles und Spiele 23 bis 30

Neuheiten 31 und 32

Nachhaltigkeit 34 bis 39

Kreativ 40 und 41

Kindermedien 42 bis 45

Konstruktion 46 und 47

Nachgefragt

Tim Brooks, Lego:
Millionen für mehr Nachhaltigkeit 33

Nachhaltigkeit ist eines der Top-Themen des Jahres.
Wir haben passende Produkte für Sie aufbereitet.



34

In unserer Titelstory dreht sich alles um die Marke Bicycle®, deren Fangemeinde auch hierzulande immer größer wird.

20



UNSERE UNTERNEHMEN

Messefieber

EK Fun: Physische und digitale Orderplattform.....	48
Leipziger Buchmesse: Absage zum dritten Mal in Folge.....	48
Tag der Lizenzen: Termin für das Live-Event steht	48
Ambiente, Christmasworld und Creativeworld: Ab 2023 zeitgleich in Frankfurt	49

Background

Mattel/Disney: Mehrjähriges globales Lizenzabkommen.....	50
Ravensburger: Leichtes Umsatzwachstum	50
U. S. Toy Association: Trends, die 2022 prägen	51
Bruder Spielwaren: Starke Steigerung trotz Corona	51
Simba Dickie Group: Mehr Umsatz in 2021 trotz zahlreicher Herausforderungen	52
Lego: Erfolgreiche Bilanz für das Geschäftsjahr 2021 ..	52
Schleich: Wachstum im achten Jahr in Folge	53
Schmidt Spiele: Weiterer Anstieg im Vergleich zum Erfolgsjahr 2020....	53
Märklin: Umsatzsteigerung über alle Spurweiten hinweg	54
Horst Brandstätter Group: Ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele bis 2027	54
Steiff: Start einer digitalen Markenwelt	55
Kosmos: Traditionsverlag feiert 200. Geburtstag.....	55
Amigo: Weichen für eine nachhaltigere Zukunft gestellt	56
Carrera Revell Group: Pustefix mit neuen Logo und Corporate Design	56
Personas	57
Vorschau.....	57
Impressum/Index	58



RC Bausätze/Kits
Kein Werkzeug oder Kleber notwendig /
No tools or glue required
1. Ferrari SF 1000 Art.No. 403007
2. Ferrari FXX K EVO Art.No. 403115
3. Lamborghini Sián FKP 37 Art.No. 403129
4. BMW M8 GTE Art.No. 403130



just play

8+

1:18



jamara.com