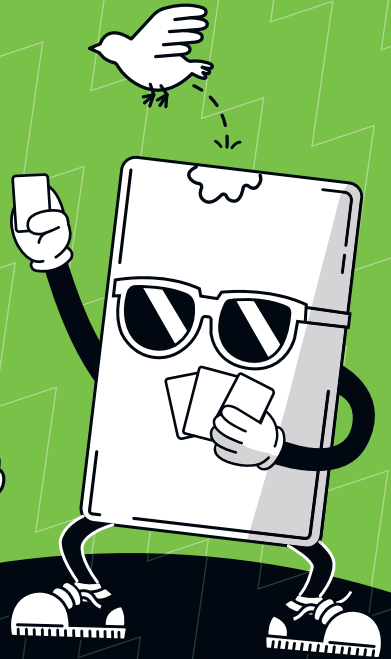




**Denn jeder
ironische Moment
verdient seinen
eigenen
Soundtrack.**



MITARBEITER GESUCHT?

Unsere Leser – Ihre zukünftigen Fachkräfte!



baby&junior
www.babyundjunior.de



das spielzeug
www.dasspielzeug.de



stil & markt
www.stilundmarkt.de



ELEKTRO MARKT
www.elektromarkt.de

Printanzeige

¼ Seite (Breite x Höhe 94 × 131mm)

EUR 760

½ Seite (Breite x Höhe 210 × 151mm oder 100 × 297mm)

EUR 1.470

1/1 Seite (Breite x Höhe 210 × 297mm)

EUR 2.780

Onlineanzeigen

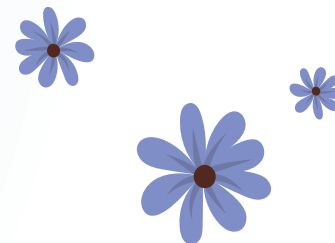
Newsletter + Website EUR 830

Ihre Stellenanzeige wird im Newsletter gepusht und erscheint zusätzlich auf der Website (Laufzeit 4 Wochen) mit einem Aufmachertext und integriertem PDF.



Preise je Magazin zzgl. MwSt.

mediaberatung@meisenbach.de | Tel: 0951 861-120



Liebe Leser,

auch wenn die Spielwarenmesse in Nürnberg nun schon wieder ein paar Wochen zurückliegt, sind wir immer noch „positiv aufgeladen“, denn: die Veranstaltung war für mein Team und mich ein echtes Highlight. Mit der 75. Ausgabe wurde nicht nur ein beeindruckendes Jubiläum gefeiert – die Messe hat einmal mehr ihre Rolle als globaler Taktgeber der Branche unterstrichen. Sei es bei unseren Gesprächen, bei (zufälligen) Begegnungen zwischen den Hallen oder beim Entdecken neuer Produkte: Überall spürten wir die Leidenschaft und Kreativität unserer Branche. Die Spielwarenmesse war erneut ein starkes Zeichen für Kontinuität, Innovationskraft und internationale Vernetzung. Mein herzlicher Dank gilt dem Team der Spielwarenmesse eG, das mit Engagement, Professionalität und Liebe zum Detail eine Plattform geschaffen hat, die Orientierung gibt, Ideen zum Leben erweckt und Partnerschaften wachsen lässt. Die Mischung aus etablierten Marktführern, kreativen Newcomern, nachhaltigen Konzepten und technologischen Impulsen machte erneut deutlich: Nürnberg ist und bleibt das Leitevent der Branche. Knapp zwei Wochen später führte mich mein Weg zur Toy Fair New York. Auch dort war die Aufbruchstimmung spürbar. Die vom Veranstalter, der The Toy Association, vorgestellten Trends zeigten, wie sich auch hier die Branche weiterentwickelt: Erwachsene werden zunehmend zu aktiven Spiel- und Sammelgruppen („Forever Young“),



„ Die physische Messe bleibt ein Ort, an dem Vertrauen entsteht.“

analoge Rückzugsräume gewinnen an Bedeutung („Cozy Culture“), kreatives Bauen und Tüfteln steht im Fokus („Inspiring Inventors“) und individuelle Ausdrucksmöglichkeiten spielen eine wachsende Rolle („Express Yourself“). Nostalgische „Throwback Toys“ und Fan-Lizenzen verdeutlichen zudem, wie stark Emotion und Popkultur Kaufentscheidungen prägen.

Was beide Messen für mich verbindet, ist die „gewisse Magie“ des persönlichen Aus-

tauschs: das erste In-die-Hand-Nehmen eines Produkts, ein spontanes Gespräch, das neue Ideen entstehen lässt – derartige Augenblicke kann kein Bildschirm ersetzen. Genau diese Begegnungen machen Messen unverzicht-

bar. Nachhaltigkeit, verantwortungsvoller Technologieeinsatz – auch KI-gestützt – und der Wunsch nach emotional

aufgeladenen Produkten zogen sich wie ein roter Faden durch beide Veranstaltungen. Spielen ist und bleibt der Motor für Kreativität, Lernen und Gemeinschaft. Wer die Impulse aus Nürnberg und New York aufgreift, erkennt frühzeitig, wohin sich Sortimente und Zielgruppen entwickeln.

Lassen Sie uns die positiven Energien, die sowohl in Nürnberg als auch in New York spürbar waren, mitnehmen und mit viel Energie und Begeisterung für das, was kommt, in den Frühling starten!

Kerstin Barthel

Ihre Kerstin Barthel
Chefredakteurin das spielzeug





Im Auftakt lassen wir die Jubiläumsausgabe der Spielwarenmesse Revue passieren und lassen neben Fakten und Statements auch Bilder sprechen.

8



In der Titelstory geht es um die Neuheiten bei Jumbo Spiele, allen voran „Match my Beat“.

22

36

Spezielle Produkte für Kidults gibt es hier.



38

Aktuelles aus dem Bereich PBS/ Schule und Kreativ haben wir hier für Sie zusammengestellt.

UNSERE HÄNDLER

Kickoff 6 bis 7

Auftakt

Spielwarenmesse:
Globale Spitzenposition ausgebaut 8 bis 11

Bildergalerie:
Best of Spielwarenmesse 2026 12 bis 15

Unterwegs

„Lienau“, Hamburg:
Tradition mit Haltung 16 bis 18

Background

EK Retail mit neuer Vorstandsstruktur 19

Mittelstand-Digital Zentrum Handel:
Neue Lernangebote 19

Thalia forciert Nachfolgestrategie
im Spielwarenfachhandel 20

UNSERE SPIELWAREN

Unsere Titelstory

Jumbo: Vom Spieleverlag zum
internationalen Innovationsmotor 22 bis 25

Unsere Sonderthemen

Spiele 26 bis 29

Trendartikel/Collectibles 31 bis 33

Toys for Kidults 34 bis 36

PBS/Schule/Kreativ 38 bis 40

Nachgefragt

Interview mit Josh Simon, Funko: „Wir können sehr
flexibel auf kulturelle Trends reagieren.“ 30 bis 31

Im Austausch mit Stefan Krings, Carrera Revell Gruppe:
„Haptische Spielerlebnisse gewinnen
wieder an Bedeutung“ 37

UNSERE UNTERNEHMEN

Messefieber

Ambiente, Christmasworld und Creativeworld,
Frankfurt a. M.: Mehr Resilienz, Vertrauen und Mut 41

Toy Fair, New York:
120 Jahre im Zeichen des Spiel(en)s 42 bis 43

Background

Edurino:
Lizenzierte Figuren ab Sommer 2026 44

„Lienau“ aus Hamburg
ist unser „Fachgeschäft
des Monats“.

16



Auf der Spielwarenmesse in
Nürnberg hatten wir die
Gelegenheit, mit Funko-CEO
Josh Simon zu sprechen.

30



Ravensburger: Wachstum im Kerngeschäft, Rückgang bei Sammelkarten	44
Tradition trifft Innovation: Nici wird 40.....	45
Vollständige Übernahme von Thames & Kosmos UK: Kosmos baut internationale Präsenz weiter aus	45
Ikonisches Comic-Franchise stärkt Lizenzgeschäft im deutschsprachigen Raum: Asterix & Obelix neu im Portfolio von Active Merchandising	46
Erweiterung im Bereich mechanischer Knobel- und Twist-Puzzles: Smart Toys and Games übernimmt Recent Toys	46
Logistik im Wandel: EMF wechselt Verlagsauslieferung	46
small foot: Neues PoS-Konzept und neuer Head of Business	47
Fokus auf Technik, Bildung und neue Zielgruppen: fischertechnik behauptet sich im Markt	47
Personas	48 bis 49
Vorschau.....	49
Index/Impressum	50
In eigener Sache	
Vernetzt	51

Anzeige

MTS SPORT
WWW.MTS-SPORT.DE

SCHILDKRÖT®
SINCE 1896

**BESUCHEN SIE UNS AUF DER
„EK FUN BIELEFELD“ 2026, HALLE 3A**