



das spielzeug

# LAMAZing Easter!



Liebe Leser,

am 22. März jährte sich der erste Corona-Lockdown in Deutschland zum fünften Mal – ein einschneidendes Ereignis für Arbeits- und Privatleben. Die zahlreichen Einschränkungen veränderten nicht nur unsere Lebensweise, sondern auch unser Konsumverhalten. Aktuelle Zahlen der Langzeitstudie NIQ Consumer Life zeigen, dass einige Trends vorübergehend waren, andere jedoch dauerhaft blieben. Während der Pandemie nahm u. a. das Thema Nachhaltigkeit Fahrt auf, da viele Menschen bewusster konsumierten. Doch mit der wirtschaftlichen Unsicherheit und Inflation verschieben sich die Prioritäten: Nachhaltigkeit wird zunehmend als Luxus wahrgenommen und Konsum wird stärker nach Preis-Leistungs-Verhältnis ausgerichtet. Das Umweltbewusstsein ist zwar geblieben, wurde aber pragmatischer. Ein weiterer Trend war der Anstieg des Online-Shoppings, der den stationären Handel noch immer beeinflusst. Besonders bei Omnichannel-Händlern stiegen Online-Umsätze von 10 % vor der Pandemie auf stabile 16 % heute. Zudem führte das Ende von Reisen und Freizeitmöglichkeiten zu höherem Konsum, doch mit der Inflation wurden die Shopper wieder preissensibler und bevorzugten Rabattaktionen. „Verbraucher sind vorsichtiger geworden. Der Fokus liegt nun stärker auf Preis-Leistungs-Verhältnis, Bequemlichkeit und Wohlbefinden“, erklärt Petra Süptitz, Expertin für



„ Der Fokus liegt auf Preis-Leistungs-Verhältnis, Bequemlichkeit und Wohlbefinden. “

Konsumententrends bei NIQ. „Die großen Gewinner sind jene Unternehmen, die sich schnell an diese veränderten Bedürfnisse anpassen konnten (...). In unsicheren Zeiten, in denen sich Konsumverhalten schnell ändern kann, benötigen Unternehmen verlässliche und aktuelle Daten, um stets auf alles vorbereitet zu sein.“

Ein Thema, das nach wie vor präsent ist, ist die Spielzeugverordnung. Wie der Deutsche Verband der Spielzeug-Industrie

(DVSI) Ende März mitteilte, kommt die Arbeit an der neuen Spielzeugverordnung im Trilog voran. Die Verhandlungspartner – das EU-Parlament, die EU-Kommission und der EU-Rat – erzielten laut DVSI wichtige Fortschritte, die

für die Spielwarenbranche durchaus positiv zu betrachten sind. Das nächste und letzte Trilog-Treffen soll am 10. April 2025 stattfinden. Kompromisse zu bedeutenden Themen wie Lautstärke, Duftstoffe, Über-

gangsfristen und Chemikalien (Schwermetalle) werden auf technischer Ebene allerdings noch vorbereitet. Der DVSI wird noch mal das Gespräch mit dem für Deutschland zuständigen BMWK und zentralen deutschen Mitgliedern des Europäischen Parlaments suchen.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre sowie frohe Osterfeiertage

*Kerstin Barthel*

Ihre Kerstin Barthel  
Chefredakteurin das spielzeug

happy  
baby

Das MEHR für Familien

EK FUN 7.- 8. MAI 2025  
FAMILY-ORDERMESSE

Spielwaren · Babyartikel · Kindermode  
Über 120 Aussteller zeigen ihre Neuheiten!

100 YEARS EK retail in motion

✓ MEHR Service  
✓ MEHR Qualität  
✓ MEHR Beratung



Innovatives aus Holz haben wir hier für Sie zusammengestellt.

23



12

Das Fachgeschäft „HUM“ im Porträt gibt es hier.

Rasant und actionreich geht es in unserer Themenwelt zu.

30



Spielwaren, mit denen der Nachwuchs konstruieren, forschen und tüfteln kann, erwarten Sie ab Seite 27.

27



**UNSERE HÄNDLER**

Kickoff ..... 6 bis 7

**Auftakt**

Toy Fair:  
Die Magie des Spielens in New York..... 8 bis 10

**Nachgefragt**

Händlerumfrage:  
Wie war's auf den Messen? ..... 11

**Unterwegs**

„HUM“, Schöllkrippen:  
Schulkinder im Fokus ..... 12 bis 14

**Gastspiel**

Markus Nessler: Faire Deckungsbeiträge für alle Spieler in der Vertriebskette ..... 15

**UNSERE SPIELWAREN**

**Unsere Titelstory**

Fantasie4Kids/Djeco: Chancen und Herausforderungen für den Fachhandel..... 16 bis 18

**Unsere Sonderthemen**

Spiele..... 19 bis 22

Holz..... 23 bis 26

Konstruieren, tüfteln, forschen ..... 27 bis 29

RC/Technik/Action ..... 30 bis 31

Spielfiguren/Fahrzeuge/Autos..... 32 bis 35

Kreativ ..... 36 bis 39

Adventskalender-Special ..... 40 bis 41



Wir haben die 119. Ausgabe der Toy Fair New York besucht und teilen unsere Eindrücke mit Ihnen.

8

In der Titelstory steht die Marke Djeco, die bei Fantasie4Kids im Vertrieb ist, im Mittelpunkt.

16

## UNSERE UNTERNEHMEN

### Messefieber

IAW, Köln: Brückenbauer des Handels .....	42
gamescom, Köln: Rekord in der Frühbucherphase .....	42
Kids' Time, Kielce: Innovationen und Trends für Kinder .....	43
Kids India, Mumbai: Expertise und Netzwerkmöglichkeiten für den indischen Spielwarenmarkt .....	43

### Background

Lego: Rekordergebnisse erzielt .....	44
Amigo Spiele: Belegschaft pflanzt 1000 Bäume .....	44
Pustefix mit trigema: Kooperation voller Spielspaß und kreativem Design ...	45
Simba Toys/Cloudco Entertainment: Care Bears™-Plüschkollektion für Fans weltweit.....	45
fischertechnik/Waldmeier AG: Neue Partnerschaft in der Schweiz .....	46
tossit: Toy Portfolio Platinum Award 2024 .....	46
Deutsche Post: Eigene Briefmarke für den kleinen Drachen Kokosnuss .....	46
Geschäftsbericht 2024: Pokémon Trading Card Game & Toys in Europa auf Erfolgskurs.....	47
„Bibi & Tina“ erobern die Eventlandschaft: dein maskottchen und Kiddinx kooperieren.....	47
Personas .....	48 bis 49
Vorschau.....	49
Impressum/Index .....	50



# Going Global?



China: Toys & Hobby  
Germany: das spielzeug  
Netherlands: Speelgoed en Hobby  
Norway: (b)by, Hobby & Leketay  
Poland: Świat Zabawek  
Spain: Juguetes B2B  
Sweden: Lek & Baby  
United Kingdom: Toys 'n' Playthings  
USA: The Toy Book

**Create Visibility in the Leading Toy Trade Magazines!**

**ITMA** international  
toy magazines  
association

ITMA Presidents:

James Zahn  
Editor-in-Chief, The Toy Book  
e-mail: james@toybook.com

Kerstin Barthel  
Editor-in-Chief, das spielzeug  
e-mail: kerstin.barthel@dasspielzeug.de

[toymagazines.org](http://toymagazines.org)