



CONNETIX®



Verfügbar
über
Fantasie4Kids

Entdecke NEUE Spielmöglichkeiten!

NEU!

Der Umwelt zuliebe **GRAS PUZZLES**



- ökologisch, ressourcenschonend und nachhaltig
- Zusammensetzung aus ca. 40 % Gras / 60 % Altpapier



Liebe Leser,

sind Sie auch im Besitz eines kleinen, zotteligen Wesens mit großen Ohren und frechem Grinsen? Die Rede ist von einem „Labubu“ – einer der aktuell wohl auffälligsten Erscheinungen auf dem Spielwarenmarkt. Falls nicht, haben Sie sicher schon davon gehört oder gelesen. Denn die knuffigen Exemplare des chinesischen Herstellers Pop Mart sind weit mehr als nur eine weitere Sammelfigur. Man kann schon von einem Phänomen oder gar Hype sprechen. „Labubu“ ist das neue Monchhichi – nur mit Social-Media-Power und echtem Sammlerhunger. Sie sind in Windeseile ausverkauft, lösen lange Schlangen vor Shops aus – wie kürzlich in Berlin – und füllen TikTok- und Instagram-Feeds mit Unboxing-Videos, Sammelübersichten und Fan-Art. Während auf Social-Media-Plattformen Millionen Fans begeistert ihre neuesten Funde präsentieren, stellt sich für den Fachhandel eine zentrale Frage: Wie lässt sich dieser Hype nutzen?

Der „Labubu“-Boom zeigt eindrucksvoll, was geschieht, wenn limitierte Auflagen, Social-Media-Dynamik und Community-Gefühl zusammentreffen. Für viele Kunden ist der Kauf längst Teil eines emotionalen Erlebnisses – und genau hier liegt die Chance für den stationären Handel. Wer als Händler mehr bietet als nur das Produkt, wer Sammelleidenschaft sichtbar macht – etwa durch kleine Events, Schaufensteraktionen oder exklusive Drops – der kann auch digitalaffine Zielgruppen in den stationären Handel (zurück-)holen.



„Der ‚Labubu‘-Hype zeigt, wie stark Emotionalität, Limitierung und Community den Spielwarenhandel beeinflussen können.“

sungen in Umlauf geraten und Zweitmarktpreise explodieren, steht auch das Vertrauen der Kundschaft auf dem Spiel. Und auch hier ist der Fachhandel gefragt: Transparenz, faire Vorbestellprozesse und ein offenes Ohr für die Community sind essenziell, um langfristige Kundenbindung aufzubauen.

„Labubu“ verdeutlicht uns also: Die Spielzeugwelt ist lebendig, überraschend – und steckt voller Emotionen. Der Hype mag aus einer Nische stammen, doch er zeigt eindrucksvoll, welches Potenzial in kleinen Figuren steckt, wenn sie den Nerv der Zeit treffen. Und eines ist sicher: Die Spielwarenbranche wird nach wie vor stark von Trends und viralen Hypes geprägt. Was zählt, ist das richtige Produkt zur richtigen Zeit, gepaart mit Authentizität und einem Gespür für Community-Building.

Emotionen und Trendprodukte stehen auch auf der kommenden Kind + Jugend in Köln (9. bis 11. September) im Fokus. Dort zeigt sich, welche Innovationen, Designs und Marken das Potenzial haben, die nächste Begeisterungswelle im Handel auszulösen – und wie sich eine gezielte Sortimentsgestaltung auch im Baby- und Kleinkindbereich auszahlen kann. Zur optimalen Vorbereitung auf das Event lege ich Ihnen besonders unser Interview mit Jörg Schmale (ab Seite 8) und unsere Produktvorstellungen im Bereich Baby und Kleinkind sowie Puppen und Plüsch ans Herz.

Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre und freue mich auf ein Wiedersehen in Köln!

Zwischen Faszination und Herausforderung

Bei aller Euphorie darf man jedoch die Kehrseite solcher Phänomene nicht ignorieren: Wenn Figuren binnen Minuten vergriffen sind, Fä-

Kerstin Barthel

Ihre Kerstin Barthel
Chefredaktion das spielzeug



20

In der Titelstory stellen wir Produkte von Connetix und Einstein vor, die allesamt über Fantasie4Kids vertrieben werden.



Im „Wichtelreich“ im unterfränkischen Kitzingen bleiben keine Wünsche offen. Unsere Redakteurin Susanne Böhm überzeugte sich bei einem Besuch selbst vom erfolgreichen Konzept des Fachgeschäfts.

12

Anlässlich der Kind + Jugend präsentieren wir Innovationen aus dem Segment Baby und Kleinkind.

30



10

Axel Dammler von iconkids & youth gibt einen Ausblick auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft.



UNSERE HÄNDLER

Kickoff 6 bis 7

Auftakt

Jörg Schmale im Interview:
Frischer Wind für die Kind + Jugend 8 bis 9

Gastspiel

Axel Dammler, iconkids & youth: Wie funktioniert das Weihnachtsgeschäft 2025? 10 bis 11
Dr. Ralf Deckers, IFH Köln:
Großer Verkaufsrausch kam noch nicht zustande 18

Unterwegs

Wichtelreich, Kitzingen:
Kleiner Laden für große Wünsche 12 bis 14

Background

Vedes setzt auf Austausch und neue Perspektiven 15
BVS/DVSI: Erfolgreiches Zusammenspiel(en) in Bonn ... 16
HDE: Einzelhandelsumsatz wächst um 2 % 16
ECC Club Studie: KI im Handel 17
Thalia übernimmt Spiel + Freizeit Peppinghaus 17
Vernetzt 19

UNSERE SPIELWAREN

Unsere Titelstory

Connetix:
Magnete mit Mehrwert schaffen Spielräume 20 bis 21
Einstein-Experimentierkästen:
Mit Neugier zur Erkenntnis 22

Unsere Sonderthemen

Spiele 23 bis 29
Baby und Kleinkind 30 bis 34
Puppen und Plüsch 35 bis 42
Tüfteln, forschen, konstruieren 43 bis 45
Weihnachten 46 bis 47

Nachgefragt

blattert?: Mit Twinfluence zur starken
Markenkommunikation 48 bis 49

UNSERE UNTERNEHMEN

Messefieber

Nordstil, Hamburg: Fixtermin im Norden 50
Hobbymesse Leipzig, Leipzig:
Mehr Platz, mehr Programm, mehr Spielwert 51
IAW, Köln: Multichannel-Plattform für
den internationalen Handel 51
BrandMate, Essen: Informatives Programm
und Brands zum Anfassen 52 bis 54

das **spielzeug**

Hier finden Sie uns im Internet!
www.dasspielzeug.de





Was gibt es Neues
im Plüschbereich?
Hier gibt es die
Antworten.

35



Die Redaktion war
wieder viel unterwegs –
u. a. in Essen auf der
BrandMate.

52

Spielwarenmesse eG: ToyTrends 2026 in Sicht 55

Toy Fair University:
Globale Bühne für zukunftsweisende Ideen 55

Gastspiel

BDKH und IFH Köln:
Ausverkauf europäischer Standards..... 56 bis 57

Background

TÜV Rheinland: 70 Jahre im Einsatz für die Sicherheit .. 58

CASP 2024: Alarmierende Mängel..... 58

Rechtsurteil:
Seifenblasenbehälter fällt nicht unter VerpackG 59

Studio 100 International mit Port au Prince Pictures:
Vertriebspartnerschaft zu Spin-off „Arnie & Barney“ 59

Stickflip:
Die haben den Dreh raus 60 bis 61

Bruder Spielwaren:
Firmenjubiläum bringt starke Spendenbilanz..... 61

The Toy Association: Wie Spielzeughersteller die
Begeisterung von Fans und Sammlern anheizen..... 62

Epoch Traumwiesen/Waldmeier: Strategische
Neuausrichtung der Vertriebsstruktur in der Schweiz.... 62

Carlsen sichert sich Rechte an Uli Steins Marke 63

Asmodee: 30. Geburtstag & neue Markenstrategie 63

Personas 64 bis 65

Vorschau..... 65

Index/Impressum 66

das spielzeug 07/2025

Ausgezeichnet!



40659



40680



49457



schmidtspiele.de