



MARKENWELTEN DER ZUKUNFT:



KREATIV, EMOTIONAL, ERLEBNISSTARK



McLaren
FORMULA 1 TEAM

Manufactured under licence from McLaren Racing Limited.
McLaren is a trademark of McLaren Services Limited.

WÜNSCH DIR WAS!

2026

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 Basteltipps, 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: 11.11.26

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 LinkedIn, Facebook und Instagram!



ANZEIGEN- / ADVERTORIALPREISE

1/1 Seite	EUR 3.700.-
1/2 Seite	EUR 1.820.-
1/3 Seite	EUR 1.230.-
1/4 Seite	EUR 940.-
Abbildung Adventskalender	EUR 910.-
2. Umschlagseite	EUR 4.300.-
4. Umschlagseite (inklusive Händlerstempel)	EUR 4.300.-

LETZTER ANZEIGEN- UND DRUCKDATENSCHLUSS-
TERMIN 19.10.2026

Liebe Leser,

die ersten Herbstmessen liegen hinter uns und auf allen war Künstliche Intelligenz ein dominantes Thema. Auf der Kind + Jugend stand es sogar im Mittelpunkt des Leitthemas 2026: „Growing with AI – New opportunities for the baby & toddler products industry“. Welche konkreten Anwendungen bereits absehbar sind, zeigt der Blick auf die Produktentwicklung und Produktion: KI kann Prozesse optimieren, Kosten senken und dazu beitragen, Produkte smarter, sicherer und stärker an den tatsächlichen Bedürfnissen von Familien auszurichten. Bei der Planung von Kinderzimmern kann KI beispielsweise Layouts vorschlagen, die auf unterschiedliche Altersphasen abgestimmt sind. Damit wird deutlich: KI ist längst nicht mehr nur ein Zukunftsthema, sondern entwickelt sich zu einem Werkzeug, das entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingesetzt werden kann.

Das gilt zunehmend auch für den Handel. Eine aktuelle Prognose liefert der Mastercard-Report „A Short History of the Future of Shopping and Payments“: Verbraucher könnten alltägliche Einkäufe und die Produktsuche künftig zunehmend an KI-Agenten delegieren. Jugendliche nutzen KI schon heute etwa doppelt so häufig wie ihre Eltern, wenn es um Produktsuche, Auswahl und Kaufentscheidungen geht. Für Hersteller, Lieferanten und Händler bedeutet das, Produktinformationen künftig auch maschinenlesbar bereitzustellen – etwa Preise, Bilder, Altersempfehlungen, Testberichte, Sicherheits- und Nachhaltigkeitsnachweise.

„KI im Spielwarenfachhandel: Zwischen Einkaufsagenten und persönlicher Beratung.“

Im Spielwarenfachhandel bleibt offen, wie weit sich die Kaufentscheidung automatisieren lässt. Die IFH-Förderer Schwerpunktstudie „The Human Touch“ zeigt: KI überzeugt vor allem bei prozess- und effizienzorientierten Aufgaben. Je näher die Kaufentscheidung rückt, desto stärker wird jedoch menschliche Unterstützung bevorzugt. Der Human-Touch-Index steigt von 57 Punkten in der Vorkaufphase auf 65 Punkte während des Kaufs. Besonders deutlich ist die Präferenz für den Menschen bei emotionalen oder sensiblen Gesprächen: 88 % der Befragten bevorzugen hier den persönlichen Kontakt. Bei Kulanzentscheidungen sind es 74 %, bei individueller Beratung 71 %. Für den Spielwarenfachhandel zeichnet sich damit kein Entweder-oder ab. KI kann bei der Produktsuche, bei Vergleichen und bei Routineaufgaben unterstützen. Die persönliche Beratung bleibt dort entscheidend, wo Eltern Orientierung suchen, ein Geschenk zum Anlass passen soll oder Vertrauen und Erfahrung gefragt sind.

Gerade die Stärke des Fachgeschäfts – die Kenntnis der Kundschaft und die individuelle Empfehlung – lässt sich nicht ohne Weiteres an einen Einkaufsagenten delegieren. Die Zukunft liegt daher in einer klugen Arbeitsteilung: digitale Werkzeuge für Effizienz und Orientierung, menschliche Nähe für Beratung, Vertrauen und die abschließende Kaufentscheidung.

Kerstin Barthel

Ihre Kerstin Barthel
Chefredaktion das spielzeug

das spielzeug 07/2026



NEU! HERBSTHIGHLIGHTS

Showtime!



Für 2–6 Personen ab 8 Jahren
Art.-Nr. 49482



Für 2–4 Personen ab 10 Jahren | Art.-Nr. 49489



Für 1–5 Personen ab 8 Jahren
Art.-Nr. 49488





INHALT

„Herrmann's Toy StoRe“
in Erfurt ist unser „Fach-
geschäft des Monats“.

12

Was erwartet Besucher
Ende Oktober auf der Spiel
in Essen? Die Antwort gibt
es in unserem Auftakt.

UNSERE HÄNDLER

Kickoff 6 bis 7

Auftakt

Volle Hallen, neue Rekorde und
mehr Raum fürs Geschäft 8 bis 9

Brettspielabend beliebter als Ausgehen 10

Background

Consors Finanz Konsumbarometer 2026 –
Generation 60+: Kaufkräftig, digital
und konsumfreudig 11

HDE und GdP fordern konsequenteres
Vorgehen gegen Ladendiebstahl 15

NIM: Spielzeug bleibt relevant 18 bis 19

HDE: Warnung vor getarnten China-Shops 20

Unterwegs

„Herrmann's Toy StoRe“, Erfurt:
Mit Herz, Haltung und Herrmi 12 bis 14

Gastspiel

Zukunft des Einkaufens:
Verpackung wird zur Chefsache 16 bis 17

UNSERE SPIELWAREN

Unsere Titelstory

Carrera Revell Group:
Markenwelten der Zukunft –
kreativ, emotional, erlebnisstark 22 bis 24

Unsere Sonderthemen

Spiele 25 bis 33

Party + Halloween 36 bis 39

Trendspielzeug 42 bis 46

Bücher 47 bis 49

Weihnachten 50 bis 52

Nachgefragt

Mehr als ein Zukauf: Was hinter dem Deal
zwischen asmodee und ATM Gaming steckt 34 bis 35



8

UNSERE UNTERNEHMEN

Messefieber

Frankfurter Buchmesse:
Comics, Manga und Visual Stories 54

Ambiente, Christmasworld und Creativeworld,
Frankfurt a. M.: Neuer Produktbereich
„Seasonal Gifts & Toys“ 54

gamescom, Köln: So international wie nie zuvor 55

Gastspiel

Victoria Dobbie, Gameplan Social:
„Spielwarenbranche, wir müssen
über Social Media reden!“ 56

Nachgefragt

Interview mit Florian N. Lipp, Craze Group:
„Marken brauchen Emotion,
Charaktere und Geschichten.“ 58 bis 59

Im Porträt

Günther Flugspiele: Mit Leidenschaft für
Wind, Bewegung und den perfekten Flug 60 bis 61

Background

Deutscher Spielzeugpreis 2026:
„Freiluftwelten – Das Inselabenteuer“
von Denkriesen setzt sich durch 57

The Toy Association:
Throwback Toys – Warum Retro Spielzeug
2026 wieder begeistert 57

Global Licensing Industry Study 2026:
Lizenzen wachsen schneller als der Retailmarkt 62

Schleich: 13 One Piece-Sammelfiguren
ab Sommer 2027 63

Ameet schließt Vertriebsdeal für DACH:
Lego-Bücher ab 2027 über Ravensburger 63

US Toy Association: Toy Fair New York
setzt Termine bis 2032 fest 63

Personas 64 bis 65

Vorschau 65

Impressum/Index 66

das **spielzeug**
MEDIADATEN 2027
AB OKTOBER
VERFÜGBAR

42

Welche Spielwaren
 liegen aktuell beson-
 ders im Trend? Eine
 Auswahl gibt es hier.

50

In dieser Ausgabe setzen
 wir unsere Geschenketipps
 zu Weihnachten fort.

22

In unserer Titelstory
 bringen wir Sie hin-
 sichtlich der Carrera
 Revell Group auf den
 neuesten Stand.



36

Alles für die nächste Party –
 sei es eine Geburtstagsfeier,
 Fasching oder Halloween –
 finden Sie hier.



Anzeige

SCHILDKRÖT
 MIT 1896

NEU

**TOUCH IT.
 CHANGE IT.
 PLAY IT.**

**HIGH BOUNCE
 THERMO GRIP
 BALLS**

**MTS
 SPORT**

www.mts-sport.de