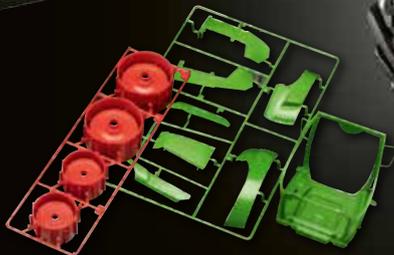


PRELIMINARY, PACKAGE SUBJECT TO LICENSOR APPROVAL



## AUF DEM WEG ZU GLOBALEN LOVE BRANDS



# WÜNSCH DIR WAS!

# 2025

## 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:** 11.11.25

**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](http://www.dasspielzeug.de) sowie LinkedIn, Facebook und Instagram!



## ANZEIGEN- / ADVERTORIALPREISE

1/1 Seite	EUR 3.590.-
1/2 Seite	EUR 1.770.-
1/3 Seite	EUR 1.190.-
1/4 Seite	EUR 910.-
Abbildung Adventskalender	EUR 910.-
2. Umschlagseite	EUR 4.190.-
4. Umschlagseite (inklusive Händlerstempel)	EUR 4.190.-

LETZTER ANZEIGEN- UND DRUCKDATENSCHLUSS-  
TERMIN 20.10.2025



Liebe Leser,

während vielerorts noch das letzte Eis des Sommers geschleckt wird, steht der Spielwarenhandel längst in den Startlöchern für das wichtigste Quartal des Jahres. Denn wer sich noch auf ein „spätes Weihnachtsgeschäft“ verlässt, verpasst schon im September den Anschluss: Laut eBay Weihnachtsshopping-Report 2025 beginnt nahezu jeder zweite Geschenkekäufer spätestens im Oktober mit dem Shopping – Tendenz steigend. Diese Entwicklung ist für die Branche Chance und Herausforderung zugleich. Wer früh sichtbar ist, punktet, ob online oder stationär. Spielwaren zählen dabei nach wie vor zu den beliebtesten Präsenten. Gleichzeitig fordert der Markt ein Höchstmaß an Agilität: Wer jetzt passende Angebote schnürt und smarte Aktionen plant, schafft sich echte Wettbewerbsvorteile. Besonders erfreulich ist zudem: Das Budget für Weihnachtsgeschenke soll stabil bleiben. Fast drei Viertel der Befragten wollen 2025 genauso viel oder sogar mehr ausgeben als im Vorjahr. Die Generation Z mag spät starten (54 % kaufen erst im Dezember), ist dabei aber besonders großzügig: Jeder Zehnte plant ein höheres Geschenkbudget. Familien mit Kindern konzentrieren ihre Einkäufe auf den Zeitraum September bis November – genau die Phase, in der Spielwaren traditionell gefragt sind. Daten von eBay.de aus dem Weihnachtsgeschäft 2024 zeigen außerdem: Ab KW 36, also Anfang September, ziehen die Verkaufszahlen in nahezu allen Kategorien spürbar an – darunter auch Spielzeugklassiker wie Walkie-Talkies (+ 20 %) oder Actionfiguren-Teile (+ 143 % in KW 47). Der Peak kommt dann im November und wer vorher sichtbar ist, sichert sich entscheidende Wettbewerbsvorteile.



“ Die internationale Spiele-Community trifft sich in Essen. ”

Ein wichtiger Impulsgeber für das Jahresendgeschäft ist auch die Spiel in Essen, die Ende Oktober wieder die internationale Spiele-Community versammelt. In unserem großen Special werfen wir einen Blick auf die spannendsten Trends und Neuheiten rund um Brett-, Karten- und Gesellschaftsspiele – einem Segment, das gerade zu Weihnachten traditionell besonders stark performt.

Kurz nach Redaktionsschluss erreichte uns eine traurige Nachricht: Nach 100 Jahren wird das Mainzer Fachgeschäft „Wirth Der Kinderladen“ zum Jahresende seine Türen schließen. Die traditionsreiche Adresse, die Generationen mit hochwertigem Spielzeug versorgt hat, fällt den langanhaltenden Belastungen durch Innenstadt-Baustellen, die Nachwirkungen der Pandemie und die ausbleibende städtische Unterstützung zum Opfer. Trotz intensiver Gespräche mit möglichen Nachfolgern konnte kein tragfähiges Zukunftsmodell gefunden werden. Die Entscheidung fiel der Inhaberbefamilie Demmler sichtlich schwer. Bis Jahresende bleibt das Geschäft geöffnet – mit vielen Abschiedsangeboten für treue Kunden. Das Aus zeigt einmal mehr, wie sehr strukturelle Herausforderungen und Standortbedingungen den stationären Fachhandel zunehmend unter Druck setzen.

*Kerstin Barthel*

Ihre Kerstin Barthel  
Chefredaktion das spielzeug

**ZURU**

# SNACKLES

**ENTDECKE DIE NEUEN SNACKLES!**

**mickey mouse**  
**SpongeBob**  
**SQUAREPANTS**

**Disney**



18

Mit Innovationen und starken Marken zum globalen Erfolg – wie die Carrera Revell Gruppe neue Impulse setzt und Emotionen weckt, lesen Sie in unserer Titelstory.



38

Entdecken Sie stimmungsvolle Produkte, kreative Geschenkkonzepte und Neuheiten, die das Weihnachtsgeschäft beflügeln – für eine Saison voller Emotionen und Umsatzpotenzial.

**UNSERE HÄNDLER**

Kickoff ..... 6 bis 7

**Auftakt**

Interview mit Steffen Kahnt, BVS, zur neuen EU-Spielzeugverordnung: „Der Handel darf Ware ohne Zeitlimit abverkaufen.“ ..... 8 bis 9

**Background**

Umfrage Einkaufsverhalten: Gen Z entspricht keinem Klischee ..... 10

EHI: Diebstahl im Einzelhandel – Negativer Höchstwert ..... 11

**Unterwegs**

„Spiel und Freizeit Swars“, Radolfzell: „Papa ist das Herzstück des Ladens“ ..... 12 bis 14

**Background**

„Wirth Der Kinderladen“, Mainz: Schließung nach 100 Jahren ..... 16

Großhandelsgeschäft wird ausgebaut: small foot kooperiert mit EK Retail ..... 17

Rofu unterstützt Peter Maffay Stiftung: 80.000 € für Kinder und Jugendliche ..... 17

**UNSERE SPIELWAREN**

**Unsere Titelstory**

Carrera Revell auf dem Weg zu globalen Love Brands ..... 18 bis 20

40 Jahre Trefl – Polnischer Spielspaß mit globaler Vision ..... 21

Spiel, Essen: Besucherrekord und neue Erlebnisdimension erwartet ..... 22 bis 23

**Unsere Sonderthemen**

Spiele + Puzzles ..... 24 bis 37

Weihnachten ..... 38 bis 47

Lizenzen ..... 48 bis 53

Bücher ..... 56 bis 58

It's party time ..... 59 bis 61

**Nachgefragt**

Interview mit Felix Weise, ATM Gaming, und Typisch Calvin: Influencer trifft Spieleverlag – Wenn Social Media zum Spielfeld wird ..... 32 bis 33

Nachgefragt bei Markus Mergard: „Die Gnü mies sind mehr als ‚nur‘ Fantasy“ ..... 54 bis 55

**UNSERE UNTERNEHMEN**

**Messefieber**

IAW, Köln: Gute Deals und positives Fazit ..... 62

Preshow Noel Jouets & Jeux und Fan Zone by Preshow, Deauville: Französische Spielzeughersteller im Rampenlicht ..... 62

das **spielzeug**  
 Hier finden Sie uns im Internet!  
[www.dasspielzeug.de](http://www.dasspielzeug.de)

# 12

„Spiel und Freizeit Swars“  
in Radolfzell ist unser  
„Fachgeschäft des Monats“.



# 64

Wir waren drei Tage auf  
der Kind + Jugend in Köln.  
Unsere Highlights gibt es hier.  
© Koelnmesse



# 22

Anlässlich der Spiel in Essen Ende  
Oktober haben wir Neuheiten  
aus dem Bereich Spiele + Puzzles  
zusammengetragen.



# 59

Ob schaurig-schön, bunt oder  
ausgelassen – starke Sorti-  
mente und kreative Kon-  
zepte sorgen für Aufmerk-  
samkeit am PoS und  
Stimmung bei jeder Feier.  
Mehr dazu lesen Sie in der The-  
menwelt „It's party time“.



gamescom, Köln: Größer, internationaler und  
vielfältiger als je zuvor ..... 63

Kind + Jugend:  
Unsere schönsten Impressionen aus Köln..... 64 bis 65

### Background

Deutscher Spielzeugpreis 2025: Die Gewinner ..... 66

Ausbau der Kooperation mit Mattel:  
Barbie wird Teil der Playmobil-Welt ..... 67

The Toy Association:  
Sicheres Spielen – 365 Tage im Jahr ..... 68

Lego: Zweistelliges Umsatz- und Gewinnwachstum..... 69

Boti: Pembe the Pink Cat –  
Vom viralen Giphy-Star  
zur internationalen Lizenzmarke..... 69

The Toy Association: Wie Hersteller Alltagsmomente  
mit Spiel zu besonderen Erlebnissen machen..... 70

asmodee: Neue Marke „asmodee kids“ vorgestellt ..... 70

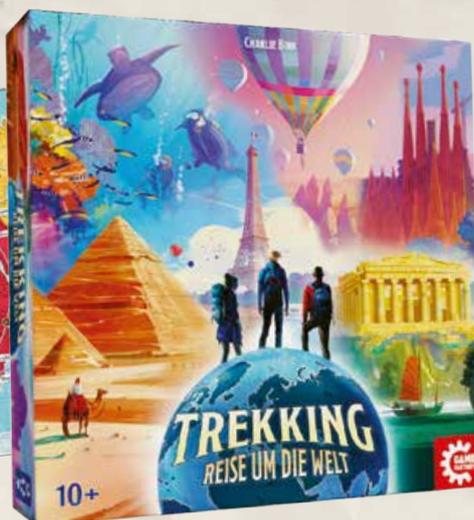
Spielwarenmesse eG:  
Verträge aller Vorstände vorzeitig verlängert ..... 71

Personas ..... 71 bis 73

Vorschau..... 73

Index/Impressum ..... 74

## DIE GANZE WELT IM SPIELREGAL!



48 Sehenswürdigkeiten mit  
spannenden Fakten –  
strategischer Spielspaß für  
die ganze Familie.

10+ 2-5 45+

Jetzt zum Reiseziel Ihrer Kunden werden!

