

das spielzeug

”3-in-1 Online-Package“

Budget-friendly, cross-media, wide-reaching, and with minimal effort on your part!

1. Online advertorial with homepage visibility

- Prominent placement as a slider on the homepage and website of www.dasspielzeug.de
- Monthly page impressions: 431,615 (as of March '26)

2. Text-and-image ad in the “das spielzeug” newsletter

- Reach: approximately 6,000 subscribers
- Delivered directly to your target audience's inbox with a high open rate thanks to a qualified mailing list

3. LinkedIn post on the “das spielzeug” channel

- Over 2,000 followers from the toy industry
- Professional networking reach and visibility in relevant industry circles

Package price: 1,500 EUR

Example of an online advertorial on the home page:

das spielzeug

Inhalte Toy Fair Terminkalender Redaktion Abonnement Mediadaten Newsletter FAQ

Aktuelles Handel Industrie Produktübersicht Messen Wünsch Dir Was! Ausgaben Digital

Planen Sie mit uns!
Hier geht es zu den aktuellen Mediadaten

Top-Themen: Deutscher Spielzeugpreis • Licensing International • EK Fun • Märklin • Zukunft des Einkaufens

das spielzeug
Am Puls der Spielwarenbranche
Top aktuelle Informationen Trends Analysen & Hintergründe
Jetzt Digital-Abo für nur EUR 98 (9 Ausgaben + Sonderhefte) bestellen!

mit Print gebündelt informiert!
• Best Practice-Beispiele von engagierten Fachhändlern
Jetzt über Lesemöglichkeiten des Magazins informiert!

Back to School 2026: FriXion verbindet Klassiker mit neuen Limited Editions

Anzeige

Freundschaft, fröhliche Designs und Summer Vibes – und mittendrin ein Klassiker: FriXion von PILOT. Seit 20 Jahren begleitet das radierbare Original Schüler:innen durch den Schulalltag. Mit neuen Limited Editions und einer klaren Botschaft rund um Originalität, Qualität ... von Pilot Pen (Deutschland) GmbH

Mehr erfahren

Back to School 2026: FriXion v ... Pass, Schuss, Toooooor! Disney Cuddle Tonies verbinden ... „Bananagrams“: Kreuzworträtsel ...

Aktuelle Meldungen

OSTER-SPECIAL 2026

Advertorial placed in the slider

Example of a full-page online advertorial:

[Inhalte](#) [Toy Fair](#) [Terminkalender](#) [Redaktion](#) [Abonnement](#) [Mediadaten](#) [Newsletter](#) [FAQ](#)

das spielzeug

[Aktuelles](#) [Handel](#) [Industrie](#) [Produktübersicht](#) [Messen](#) [Wünsch Dir Was!](#) [Ausgaben Digital](#)

das spielzeug

Am Puls der Spielwarenbranche

Top aktuelle Informationen
Trends
Analysen
&
Hintergründe

Jetzt Digital-Abo für nur EUR 98 (9 Ausgaben + Sonderhefte) bestellen!

Planen Sie mit uns!

Hier geht es zu den aktuellen Mediadaten

das spielzeug

Wir betreuen Sie bei den Besuchen im Markt

mit Print gebündelt informiert!

- Best Practice-Besuche von engagierten Fachhändlern

Jetzt über Lesermöglichkeiten des Magazins informieren

23.03.26 – Anzeige

Back to School 2026: FriXion verbindet Klassiker mit neuen Limited Editions

von Pilot Pen (Deutschland) GmbH

Freundschaft, fröhliche Designs und Summer Vibes – und mittendrin ein Klassiker: FriXion von PILOT. Seit 20 Jahren begleitet das radierbare Original Schüler:innen durch den Schulalltag. Mit neuen Limited Editions und einer klaren Botschaft rund um Originalität, Qualität und japanische Herkunft startet PILOT in die Back-to-School-Saison.

Zu den Highlights der Saison gehören die beiden Limited Editions FriXion Friends und FriXion Pool Party. © Pilot Pen

Im Mittelpunkt der großen Back-to-School-Kampagne steht FriXion das Original von PILOT. Seit zwei Jahrzehnten ist es als radierbarer Klassiker im Schulalltag etabliert und überzeugt durch hohe Wiedererkennbarkeit, Verlässlichkeit und Qualität. Mit den Botschaften „No Dupe“ und „Made in Japan“ greift PILOT diesen starken Markenkern zeitgemäß auf und rückt gezielt Originalität, Präzision und Herkunft in den Fokus.

Der ikonische Look des FriXion Ball sorgt dabei für sofortige Wiedererkennbarkeit am POS. Gleichzeitig erweitern neue Limited Editions die Produktwelt um emotionale Facetten und sprechen besonders Kids und Teens an, die sich für trendige Designs und sammelbare Produkte begeistern.

So entsteht im Handel eine wirkungsvolle Kombination aus Bewährtem und Neuem: Der FriXion als etablierter Klassiker schafft Vertrauen, die Limited Editions sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit und Kaufimpulse.

Zu den Highlights der Saison gehören die beiden Limited Editions FriXion Friends und FriXion Pool Party. Beide greifen Themen auf, die junge Zielgruppen besonders ansprechen: Freundschaft, gemeinsame Erlebnisse und unbeschwerte Summer Vibes.

Die FriXion Pool Party Edition bringt mit lebendigen Farben und fröhlichen Motiven wie Wassermelone, Softis oder Bubble Tea echtes Sommerfeeling ins Sortiment und verlängert das Feriengedächtnis bis in den Schulalltag hinein.

Im Mittelpunkt der FriXion Friends Edition steht das Thema Freundschaft. Die Designs greifen den Trend „Matchy-Matchy“ auf: Zwei Stifte bilden ein zusammengehörendes Duo und sind ausschließlich paarweise erhältlich. So wird bereits über das Design sichtbar, was die Edition transportiert – Verbundenheit, Zugehörigkeit und beste Freundschaften.

Neben den Limited Editions bleibt das FriXion Original der zentrale Anker der Kampagne. Mit dem Leitgedanken „No Dupe“ besetzt das Thema Originalität auf zeitgemäße Weise und stärkt die Position des FriXion als das Original unter den radierbaren Schreibgeräten. Gleichzeitig unterstreicht „Made in Japan“ den hohen Qualitätsanspruch der Marke und steht für Präzision, Verlässlichkeit und langjährige Schreibkompetenz.

Begleitet wird die Kampagne von Social-Media-Aktivierungen, Influencer:innen,

Pilot Pen (Deutschland) GmbH

[Zum Unternehmen](#)

Meistgelesen

Aktuelles

16.04.26
Mattel stellt EMEA-Führung neu auf
Von Kerstin Barthel

14.04.26
Verbraucher können wählen
Von Susanne Böhm

15.04.26
Exklusiver „Teufelzug“ im Wacken-Look erzielt 12.000 Euro
Von Kerstin Barthel

14.04.26
EK FUN setzt Impulse für Handel und Familie
Von Kerstin Barthel

16.04.26
„FriXion Friends“ von Pilot
Von Susanne Böhm

© Meisenbach Verlag

Example of an online advertorial in a newsletter:

www.das-spielzeug.de

das spielzeug 117

Das Fachmagazin der Spielwarenbranche

Anzeigen



Last Call
Adventskalender 2026



Asmodee kauft ATM Gaming

Der Kartenspielverlag ATM Gaming, der u. a. für „Pill Pill“ und „Quick Stop“ bekannt ist, wurde von asmodee gekauft. Die Akquisition soll die Positionierung von asmodee im Bereich Social Games verbessern und die Profitabilität des Unternehmens erhöhen.

[Details zur Übernahme](#)



Anzeigen Oster-Special 2025

Neu bei Bruder: DEUTZ-FAHR 8280 TTV Warrior

Besonders beeindruckend in Sachen Design ist die exklusive, schwarze Variante des Traktors DEUTZ-FAHR 8280 TTV Warrior. Auch in puncto Funktionalität und Qualität steht das neue Modell von BRÜDER im Maßstab 1:16 dem Vorbild in nichts nach, genau dem Motto – Just like the real thing.

[Alle Details zum neuen Warrior-Traktor](#)



Anzeigen

Back to School 2026: FräXion verbindet Klassiker mit neuen Limited Editions

Freundlichkeit, fröhliche Designs und Summer Vibes – und mit darin ein Klassiker: FräXion von PILDT. Seit 20 Jahren begleitet das beliebteste Original SchülerInnen durch den Schulalltag. Mit neuen Limited Editions und einer kleinen Geschichte rund um Originalität, Qualität und japanische Handarbeit waren PILDT in die Back-to-School-Saison.

[Die neuen Limited Editions im Überblick](#)

Advertorial
placed in the
newsletter

Example of a LinkedIn post:

Fachmagazin das spielzeug
2.004 Follower:innen
2 Wochen • Bearbeitet •

- Anzeige -

Studio 100 International und Haba starten erstmals eine Lizenzpartnerschaft –
pünktlich zum 50. Jubiläum von Die Biene Maja. 🐝

Ab August 2026 bringt Haba eine komplette Maja-Produktlinie in den Handel:
Kreativsets, eine Spielwelt im Koffer und neue Titel aus „Meine ersten Spiele“. Für
Haba ein klarer Strategie-Schritt – erstmals nimmt das Unternehmen eine
vollständige Lizenzreihe ins Sortiment auf.

Gemeinsame Werte wie **#Nachhaltigkeit** und **#Umweltbewusstsein** verbinden beide
Partner. Zusätzlich umfasst der Deal Spiele zum neuen Animationsfilm **Arnie &
Barney** (Kinostart: 4. September 2026).

👉 Link zum ganzen Artikel in den Kommentaren

#Lizenzgeschäft #Haba #Studio100 #DieBieneMaja #ArnieAndBarney #Spielwaren

© Haba



Sabine Stenzel und 29 weitere Personen 1 Kommentar • 3 Reposts



We need:

For the advertorial

- Headline: 35 characters
- Teaser text: max. 350 characters
- Main text: max. 2,000 characters
- 1–2 images, minimum width: 1,000 pixels (16:10), 72 dpi

For the LinkedIn post:

- Text: max. 1,000 characters (5–6 sentences)
- 3–5 hashtags
- List of people/companies to tag