



Brandora wird zum Internetladen

Die Spielzeug-Informationplattform Brandora macht sich daran, bisher ungenutzte Potenziale ihres Warenverzeichnisses zu erschließen. Seit elf Jahren ist sie mit den Produktdaten von inzwischen mehr als 200.000 Artikeln im Netz, was sie nach eigenen Angaben zur weltweit umfangreichsten Datenbank ihrer Art macht.

5 Millionen Seitenaufrufe im Monat sind für Brandora ein Anzeichen dafür, dass neben Spielwarenpromis auch viele Endverbraucher vorbeischauchen. Bislang fehlte diesen Besuchern aber die Option, das dort gelistete Spielzeug auch zu erwerben. Daher will Brandora künftig gemeinsam mit dem Fachhandel das Online-Shopsystem des Anbieters Arendicom nutzen. Der sammelte Spielzeugererfahrung mit der VEDES, Siku, Sigikid oder Brio, außerdem betreibt er Shops für verschiedene Bekleidungs-, Sport- und Elektronikmarken. Der Endkunde schließt den Kaufvertrag nicht mit dem Hersteller, sondern mit Arendicom ab. Arendicom gibt den Auftrag an den Fachhandel weiter, der die geordneten Produkte zum Abholen bereit hält oder dem Besteller nach Hause schickt. Das Internet muss also nicht immer gegen den stationären Handel arbeiten. Teilnehmenden Fachhändlern soll das Konzept die üblichen Pflichten und Risiken eines normalen Internethändlers ersparen und den Einstieg in den On-

linevertrieb erleichtern, ohne den in der heutigen Zeit auch die Spielwarenbranche nicht mehr auskommt.

Brandora tritt dabei nicht als Direktverkäufer auf, sondern stellt lediglich seine Artikelstammdaten bereit. Registrierte Händler bieten ihre Bestände in einem Netzwerk an, bei dem Konsumenten Spielwaren anfragen können. Der Händler mit der kürzesten räumlichen Entfernung zum Kunden darf liefern. Ein Zustelldienst holt die Ware beim Händler ab, die Bezahlung erfolgt über das System von Arendicom. Umsatzprovisionen sollen nur bei erfolgreichen Verkäufen anfallen. Das System setzt „fachhandelsübliche“ Preise fest und soll damit vernünftige Margen für die teilnehmenden Händler garantieren – einerseits wünschenswert, andererseits stellt sich die Frage, ob Verbraucher für Preise auf Fachhandelsniveau im Netz überhaupt noch empfänglich sind.

Gegenüber eBay, Amazon & Co. sind solche Shops freilich nur ein Tropfen auf den heißen Stein.

Heute lesen Sie u.a.:

KnorrPrandell & Kars
Zusammenlegung

BVS Top 10, Dt. Spielepreis
Gewinner

Spielwarenmesse-Motto 2012
Toys4Teens

Buchhändler Hugendubel
Vergrößert Spielzeugangebot

VEDES MC
Werbung für Modellbahner

Lego Star Wars
Lizenz 10 Jahre verlängert

Redaktionsschluss: 28.09., 15 Uhr

IMPRESSUM

„BRANCHENBRIEF INTERNATIONAL - Spielzeugbranche aktuell“. Herausgeber & Verlag: w. nostheide verlag gmbh, Bahnhofstraße 22, D-96117 Memmelsdorf
Tel: 0951-406 66 0, Fax 0951-406 66 49, E-Mail nostheide@nostheide.de, www.toyscene.de
Geschäftsführer: Jens Nostheide – Registergericht Bamberg HRB 746 – USt-IdNr.: DE 132 271 195



Partner von www.brandora.de. Erscheinungsweise: 14-tägig seit 1980. Objektleitung: Thorsten Heinermann.
Redaktion (v.l.): Dipl. Kfm. Jens Nostheide, Dipl. Vw. Werner Nostheide, Thorsten Heinermann.
Anzeigen: Barbara Nostheide, Bianca Dohnert.

Mit Namen gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Bezugspreis Inland pro Kalenderjahr: 135,- € zzgl. 7% MwSt., Ausland: 152,50 €. Kündigung bis sechs Wochen vor Bezugsende. Nachdruck oder Kopieren zwecks Weitergabe nur mit Genehmigung des Verlages. ANZEIGENPREISE in €: (s/w): 1/1 Seite = 1.020,-; 1/2 Seite = 640,-; 1/3 Seite = 430,-; 1/4 Seite = 320,-; 1/6 Seite = 230,-; 1/8 Seite = 180,-. Angeführte Anzeigengrößen in bis zu vier Farben (Eurosкала): 1.400,-; 990,-; 810,-; 660,-; 570,-; 540,- (alle Preise zzgl. 19% MwSt.).

Doch wenn dafür nur wenig investiert werden muss, braucht man vor dem Einbau eines „Kauf mich“-Buttons für die virtuelle Laufkundschaft nicht lange zu überlegen. Da die Infrastruktur bei den einzelnen Partizipanten schon steht, reichen schon geringere Käuferzahlen, damit sich die Sache rechnet. Aber wenn der Aufwand tatsächlich so überschaubar ist, warum verlinken nicht alle Hersteller ohne eigenen Webshop auf ihrer Homepage zu den Fachhandelspartnern? Könnte jeder Besucher der Website mit ein paar Klicks im lokalen Fachhandel einkaufen, hätten alle etwas davon, und es würde zumindest in diesem Teil des Internets für Spielzeug das gezahlt, was es auch wert ist.

Thorsten Heinermann

Personen

Ab dem 1.11. leitet **Peter Hollo** (47, Foto) den Einkauf des Spielwarenhändlers **Spiele Max**. Vorgänger **Norbert Leßmann** hat das Unternehmen verlassen. Hollo kommt vom Drogeriekonzern Müller, wo er zuletzt den internationalen Spielzeugein- und -verkauf leitete. Beim neuen Arbeitgeber soll er nun u.a. die Sortimente Spielwaren, Babyausstattung und Mode stärken. Kürzlich hatte Spiele Max auch bekannt gegeben, dass der Vorstandsvorsitz zum Jahresende wechseln wird (BB 18/2011).



→ www.spielemax.de

Daten + Trends

Nach Angaben des **HDE** (Handelsverband Deutschland) war das **erste Halbjahr 2011** mit einem Umsatz von 233 Mrd. € für den deutschen Einzelhandel das **stärkste Semester seit sechs Jahren**. Eine Befragung ergab auch eine recht gute Stimmung in der Branche: 40% der Betriebe meldeten eine bessere Geschäftssituation als im Vorjahr. Neben Fahrrädern, Uhren, Schmuck und Haushaltsartikeln nannte der HDE **Spielzeug** als eine der Produktgruppen, von denen positive Impulse ausgegangen seien. Für das **Gesamtjahr**

rechnet der Verband mit einer Abschwächung des Wachstums. Der **Onlinehandel** soll sich davon jedoch nicht übermäßig beeindrucken lassen und um 10% zulegen.

→ www.einzelhandel.de



In Deutschland betrug die **durchschnittliche Lebenserwartung** eines neugeborenen Jungen 2010 laut Statistischem Bundesamt 77 Jahre und sechs Monate, zwei Monate mehr als bei der letzten Erhebung 2009. Auch die Lebenserwartung von Mädchen stieg um einen Monat auf 82 Jahre und sieben Monate weiter an. Statistisch wird derzeit die Hälfte der deutschen Männer mindestens 80 Jahre alt, die Hälfte der Frauen erreicht ein Alter von 85 Jahren. 89% der Männer und 94% der Frauen erreichen das 60. Lebensjahr. Zum Vergleich zog das Bundesamt Daten aus dem Jahr **1881** heran, als Jungen im Schnitt nur auf 35 Jahre und Mädchen auf 38 Jahre hoffen konnten. Damit hat sich die Lebenserwartung in den letzten 130 Jahren **mehr als verdoppelt**.

→ www.destatis.de



Industrie

Rund 16 Monate nach dem Zusammenschluss des Lichtenfelser Hobby- und Bastelanbieters **KnorrPrandell** mit dem niederländischen Großhändler **Kars & Co.** (BB10/2010) hat die Muttergesellschaft **Creative Hobbies Group** nun angekündigt, die Firmen KnorrPrandell und Kars bis zum Jahr 2012 **zusammenzulegen**. Zu dieser Entscheidung habe geführt, dass der Markt für Hobby- und Kreativmaterialien seit Jahren unter Druck stehe, bedingt durch die anhaltende Wirtschaftskrise und sich verändernde Kundenwünsche. In den vergangenen Monaten hatte die Gruppe schon das schweizerische Lager nach Lichtenfels geholt und in den Vertrieb der **Creative Hobbies Suisse** (vormals Bastel Service AG) in der Region investiert. Jetzt sollen auch Verwaltungs- und andere Aufgaben von Kars bei KnorrPrandell in Lichtenfels zentralisiert werden. Die Gruppe will den fränkischen Standort zu einem „internationalen Kompetenzzentrum“ entwickeln. Bis Mitte 2012 soll dort außerdem die Logistik gebündelt werden. Die Umstrukturie-

rung wird bei Kars & Co in Holland zu **Kündigungen** führen; betroffenen Mitarbeitern bietet Creative Hobbies einen Sozialplan und Hilfe bei der Suche nach einer neuen Stelle außerhalb der Gruppe an.

→ www.knorrprandell.com



Lego hat seine seit 1999 bestehende **Partnerschaft** mit **Lucas Licensing**, dem Lizenzvermarkter der „**Star Wars**“-Filmreihe, **um weitere zehn Jahre verlängert**. Neuzugang im Sortiment ist ein Bausatz von Darth Vaders Super-Sternenzerstörer „**Executor**“, der mit 3.000 Teilen und einer Gesamtlänge von 124 cm das bisher längste Lego-Spielset darstellt. Die Preisempfehlung liegt bei 399,99 €. Das schwerste Lego-Modell aller Zeiten ist eine 90 cm lange Version des Raumschiffs „**Millennium Falcon**“, das rund 10 kg auf die Waage bringt. Nach eigenen Angaben hat Lego bisher **106 Mio. „Star Wars“-Bausteinsets** mit rund 200 verschiedenen Modellen und 250 Minifiguren abgesetzt, außerdem gingen **25 Mio. Videospiele** und **2 Mio. Bücher** über die Ladentheke. „Star Wars“ ist damit nicht nur die erste Lizenz, die die Gruppe einkaufte, sondern auch die erfolgreichste. Mitte Oktober erscheint der 22-minütige Animationsfilm „**Die Padawan-Bedrohung**“ auf DVD, am 2.10. wird er auf Super RTL im Fernsehen ausgestrahlt. Bereits jetzt ist Legos „Star Wars“-**Adventskalender** im Handel.

Eine neue „**Augmented Reality**“-Software ermöglicht es, Lego-Verpackungen mit einer Webcam zu filmen und ein **dreidimensionales Bild** des fertig zusammengesetzten Inhalts auf die Packung zu projizieren. Das Bild lässt sich drehen und wird von animierten Figuren bevölkert. Außer für den heimischen Computer eignet sich das Programm auch zur Verkaufsförderung im Handel.

→ www.lego.de



Im 250. Jubiläumsjahr gab der Schreibwarenhersteller **Faber-Castell** in Stein bei Fürth eine deutliche **Umsatzsteigerung** bekannt: Gegenüber dem Vorjahr legte der Erlös 2010/11 **um 19%** auf 538 Mio. € zu. Ursprünglich hatte Faber-Castell nur 500 Mio. € anvisiert. In Europa und Nordamerika erwirtschaftete man ein Plus

von 10%, in Deutschland +6%. Bei den Schreib- und Zeichengeräten entwickelte sich u.a. der Bereich „**Spiele & Lernen**“ mit Produkten für drei- bis zwölfjährige Kinder besonders gut, weltweit setzte er 19% mehr um. Das Geschäft mit **Kosmetik** wuchs um 26%. Vor Steuern blieb ein Ergebnis von 39,5 Mio. €. 25,4 Mio. € wurden wieder investiert. Im **laufenden Jahr** rechnet Faber-Castell nach einer 5%igen Umsatzsteigerung in den ersten fünf Monaten mit einem Plus von 5%, sofern die Währungskurse stabil bleiben.

→ www.faber-castell.de



Nach seinem Erfolg im Gerichtsstreit mit Konkurrent **Mattel** (BB 17/2011) in den USA will **MGA Entertainment**, Hersteller der „Bratz“-Puppen, **Mattel jetzt auch in Europa wegen Spionage verklagen**. Laut „Handelsblatt“ behauptet MGA-Geschäftsführer **Isaac Larian**, dass außer seiner Firma über 40 andere Unternehmen von Mattel-Mitarbeitern mit gefälschten Ausweisen auf Messen ausspioniert worden seien. Daher strengt er nun eine Wettbewerbsklage an.

→ www.mgae.com



Die **Hasbro**-Kleinkindmarke **Playskool** hat in den USA „**Let's Rock Elmo**“ (Foto) herausgebracht, den Nachfolger des „Tickle me Elmo“, der beim Kitzeln in unkontrolliertes Lachen ausbrach. Wie der Vorgänger hat auch „Let's Rock Elmo“ ein elektronisches Innenleben, betätigt sich diesmal jedoch als Musiker: Er trommelt, spielt Tamburin und singt in ein Mikrofon. Kinder können mit separat verkauften Gitarren, Keyboards und Mikrofonen mitmusizieren. Über ein Funksignal erkennt die Puppe, welche Instrumente in Betrieb sind. In Deutschland war „Tickle me Elmo“ gemäß der hiesigen Sesamstraße zum „Kitzel-mich-Ernie“ geworden. Bei Playskool erscheinen zur Sesamstraße auch Plüschtiere, Lernspielzeuge, Figuren, Badeaccessoires und Spiele.

→ www.playskool.com



Fagus in Borken / NRW, Hersteller von Holz-Spielfahrzeugen, die für ihr helles Buchenholz



INDUSTRIE

und die schwarz-rote Bereifung bekannt sind, feiert sein **30-jähriges Jubiläum**. Die Fahrzeuge werden ohne Nägel oder Schrauben durch Leim, Dübel und Verzahnungen zusammengehalten. Neu ist das „**PuzzleMobil**“ (Foto): Cabrios, Polizeiautos, einen Krankenwagen, eine Feuerwehr, einen Traktor und einen großen Lastwagen können Kinder ab einem Jahr als dreidimensionales Holzpuzzle selbst zusammensetzen. Die Produktion findet bei **Büngern-Technik** statt, einer Werkstatt für Menschen mit Behinderung.



→ www.fagus-holzspielwaren.de

Der niederländische Spieleverlag **Jumbo** hat die „**iPawns**“ vorgestellt, Spielfiguren, die Apples Tabletcomputer **iPad in ein Spielbrett verwandeln**. Über seinen berührungsempfindlichen Bildschirm registriert der Computer die Bewegungen der Figuren. Im Lieferumfang der „iPawns“ ist eine Spiele-App als Download enthalten. An anderer Stelle präsentierte auch **Disney** eine ähnliche Idee, die „**Appmates**“ (Foto), bei denen „Cars“-Figuren auf dem iPad bewegt und so ins Geschehen eingebunden werden.



Die Spieler können das Städtchen „Radiator Springs“ erkunden, Missionen erfüllen und Rennen fahren. Entwickelt wurden die „Appmates“, die es ab Oktober zunächst in den USA geben wird, zusammen mit **Spin Master**.

→ www.jumbo.nl www.disney.com

Ab 2012 veröffentlicht **Europa** seine **Hörspiele** fast komplett **nur noch auf CD**, die **Musikkassette** ist damit **ausrangiert**. Einzige Ausnahme ist die Detektivreihe „**Die drei ???**“, die auch weiterhin auf MC erscheint. Wie Europa mitteilt, ist die Produktion von Bandmaterial beinahe ganz zum Erliegen gekommen; man habe sich zwar größere Vorräte angelegt, doch auch die gingen bald zur Neige. Demzufolge beschränkt sich die MC-Fertigung künftig auf die Serie mit der größten Nachfrage, „Die drei ???“. Sorgen um die Zukunft der Hörspiele macht sich das Unternehmen dennoch nicht, da immer mehr als **Download** verkauft werden.

→ www.naturlichvoneuropa.de

Der Spieleverlag **Hans im Glück** unter dem Dach von **Schmidt Spiele** hat die vierte Erweiterung zu „**Dominion**“ herausgebracht, dem „Spiel des Jahres“ 2009. Der Zusatz mit dem Titel „**Reiche Ernte**“ enthält zwölf neue Königreichkarten. Bei einem erfolgreichen Turnier können die Spieler Preiskarten als Siegesprämie erhalten. Ein weiteres Add-On ist für das Spiel „**Stone Age**“ erschienen: „**Mit Stil zum Ziel**“ umfasst als neue Elemente Schmuck und Accessoires, die in schönere Hütten investiert werden können.

→ www.hans-im-glueck.de

Universal Trends, Aachen, vertreibt in Deutschland, Österreich und der Schweiz die „**DaGeDars**“, tischtennisballgroße Kugeln mit Metallkern in verschiedenen Motiven. Die Kugeln rollen durch zusammensteckbare Bahnkonstruktionen mit Röhren, Kurven und Loopings. Ein Thekendisplay kommt mit 40 unterschiedlichen „DaGeDars“.



Zur Einführung schaltet Universal Trends Anzeigen in zielgruppenaffinen Zeitschriften.

→ www.universaltrends.de

Jüngster Neuzugang im Lizenzprogramm des Kinder-Reisezubehöranbieters **Kaufmann Neuheiten**, Walldorfhäslach, ist der Marvel-Comicheld **Spider-Man**. Taschen, Sitzerhöhungen, Rücklehnen- und Sonnenschutz kommen noch vor Weihnachten in den Handel. Im Sommer 2012 läuft der vierte **Spider-Man-Kinofilm** mit komplett neuer Besetzung an.

→ www.kaufmann-neuheiten.de

Mattel ist in den Vereinigten Staaten **Werbepartnerschaften mit Nahrungsmittel- und Getränkeherstellern** eingegangen. Produkte von **Arby's** (Fast-Food-Sandwich-Restaurants), **Stouffer's** (gefrorene Fertiggerichte), **Tyson Foods** (Fast-Food-Zulieferer / Fertiggerichte), **Post Alpha-Bits** (buchstabenförmige Frühstückscerealien), **MaMa Rosa's** (Tiefkühlpizzen), **Langers** (Fruchtsäfte) und **Pik-Nik Shoestring Potatoes** (wie Kartoffelchips essbare Pommes-Frites-Snacks) werden mit Informationen zu Mat-

tel-Spielen wie „Uno“ kombiniert. Die zuständige Agentur suchte nach eigener Aussage Werbepartner, die „eine ähnliche Persönlichkeit“ wie Mattel besitzen.

→ www.mattel.com



Handel

Der Buchhändler **Hugendubel** hat in Augsburg und im hessischen Neu-Isenburg ein **neues Filialkonzept mit umfassendem Spielzeugangebot** umgesetzt. In der Kinder- und Jugendbuchabteilung der rund 1.000 m² großen Läden finden sich jetzt auch Produkte von **Legó** und **Playmobil**. Bisläng führte Hugendubel u.a. schon Spielfiguren von **Schleich** und Gesellschaftsspiele von **Haba**. Die **Website** listet zahlreiche bekannte Marken, es gibt einen **Ravensburger**- und einen **Disney**-Shop. **Onlinebestellungen** werden in eine Hugendubel-Filiale geliefert. Weitere buchfremde Sortimente sind Kalender, Musik-CDs, DVDs und Geschenkartikel.

→ www.hugendubel.de



Wie schon in den Vorjahren will **Toys“R“Us** in den USA auch zur kommenden **Weihnachts-saison** rund **40.000 zusätzliche Arbeitskräfte** einstellen, um seine Vertriebszentren und Filialen zu besetzen. Erneut sind vorübergehend installierte „Express“-Läden geplant, doch weniger als die 600 des Vorjahres. Kunden sollen mit Produkten und Marken gelockt werden, die sie sonst nirgendwo finden; erstmals ist ein eigener Katalog für knapp 350 solcher **Exklusivartikel** erschienen. 15 Gutscheine sollen Mehrwert vermitteln. Das nordamerikanische **Internetgeschäft** von Toys“R“Us **wuchs 2010** gegenüber dem Vorjahr **um 30%**, ein Logistikzentrum in Nevada widmet sich allein diesem Vertriebskanal.

Weiter stellte der Händler seine diesjährige „**Hot Toy List**“ vor mit 36 Vorschlägen zum weihnachtlichen Spielzeugeinkauf. Unter die „Fabulous 15“ als Spitzengruppe kamen die ferngesteuerten „**Air Hogs**“-Fluggeräte von **Spin Master**, die „**Air Swimmers Extreme**“, riesige, mit Heliumfüllung fliegende RC-Fische von **Animal Planet**, die „**Lalaloopsy Silly Hair**“-Puppen von **MGA Entertainment**, der Tablet-Lerncomputer

„**LeapPad Explorer**“ von **LeapFrog**, die „**Monster High**“-Puppen von **Mattel**, die „**Moshi Monsters**“-Minifiguren von Spin Master, der tanzende Ball-Roboter „**My Keepon**“ von **Wow! Stuff**, der kleine Scheiben verschiebende „**Nerf Vortex Vigilon**“-Blaster von **Hasbro**, das „**Ninjago**“-Spielset „**Lightning Dragon Battle**“ von **Legó**, der „**Poppin' Park Elefun Busy Ball Popper**“, ein Bälle in die Luft befördernder Elefant für Kleinkinder von Hasbro / **Playskool**, der batteriebetriebene „**Power Wheels Dune Racer**“-Buggy von **Fisher-Price** / Mattel, in dem zwei Kinder sitzen können, die interaktiven „**Fijit Friends**“-Figuren von Mattel, der „**Let's Rock Elmo**“ von Hasbro (siehe Meldung unter „Industrie“), „**Skylanders: Spyro's Adventure**“, eine Symbiose aus Videospiele und Spielzeug von **Activision**, sowie „**The Trash Pack Garbage Truck**“, ein Müll-Lkw für die über 100 auf eklig getrimmten „Trash Pack“-Gummifiguren von **Moose Toys**. Weitere „Hot Toys“ stammen u.a. von **Bandai**, **Jakks Pacific**, **Crayola**, **VTech**, **K'Nex** und **Mega Bloks**.

In **Deutschland** eröffnete Toys“R“Us am 29.9. eine neue Filiale in **Friedberg** bei Augsburg mit einer Verkaufsfläche von 1.800 m². Im gesamten deutschsprachigen Raum betreibt der Konzern 80 Märkte. Den **20. Geburtstag der „Baby born“-Puppe** von **Zapf Creation** begeht der Händler am 1.10. in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit einem **Aktionstag**, an dem Kinder die Jubiläumspuppe testen und T-Shirts gestalten können.

→ www.toysrus.com



Yoyo.com, der neue Spielzeug-Onlineshop von **Amazon** in den USA (siehe BB 18/2011), hat den Betrieb aufgenommen. Derzeit wird nicht ins Ausland geliefert. Kostenlos ist der Versand erst ab einer Bestellsumme von 49 US\$.

→ www.yoyo.com



Der Internetmarktplatz **eBay** testet in Deutschland und Österreich ein **neues Bezahlverfahren**, bei dem Käufer Geld nicht mehr direkt an den Verkäufer, sondern **an eBay** transferieren. eBay seinerseits bezahlt den Verkäufer erst nach einer Frist, wenn der Artikel als verschickt markiert wurde. Die Fristen richten sich nach verschiedenen Faktoren wie privaten oder

MESSEN
RECHT

gewerblichen Anbietern, Zahlmethoden und Bewertungsprofilen. Mit diesem treuhänderischen Konzept sollen Onlinegeschäfte für Käufer sicherer werden; so soll auch die Hemmschwelle sinken, größere Beträge bei unbekanntem Anbietern auszugeben.

→ www.ebay.de



Messen + Ausstellungen

Das Leitthema der kommenden **Spielwarenmesse** am 1.-6.2.2012 in Nürnberg lautet „**Toys4Teens**“, Spielzeug für Jugendliche. Auf einer 300 m² großen Sonderfläche präsentieren Aussteller Produkte für 13- bis 17-Jährige. Wie schon zur letzten Ausgabe („Toys go green“) lässt die Messe wieder eine **Studie** zum Thema anfertigen, diesmal eine Analyse des Konsumverhaltens von Teenagern. Auf das Messemotto kamen die Organisatoren, weil Jugendliche in einer Aussteller- und Besucherumfrage 2011 als **begehrteste Zielgruppe** genannt worden waren.

→ www.spielwarenmesse.de



Mit 21.000 Fachbesuchern verbuchte die Kinderausstattermesse **Kind + Jugend** am 15.-18.9. in Köln einen neuen Besucherrekord. Die Ausstellerzahl erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 15% auf 940, was ebenfalls einen neuen Bestwert darstellt. 72% der Besucher und 80% der Anbieter kamen aus dem Ausland. Auch internationale Branchenverbände wie die britische Baby Product Association oder der spanische Verband der Hersteller von Kinderprodukten ASEPRI waren zahlreicher vertreten als beim letzten Mal. Der „**Innovation Award**“ der Kind + Jugend für die besten Neuheiten ging an den Kinderwagen „*Origami*“ von **4moms**, der sich auf Knopfdruck zusammenbaut (Kategorie Babytransport), den Kindersitz „*Kiwy*“ von **Segrall** mit hydraulischem Aufpralldämpfer (Baby-Reiseprodukte), den ausbruchssicheren Sitzgurt „*5 Point Plus*“ von **Systematic Strategy** (Reiseaccessoires), das Babyfon „*Tommeetippiee - closer to nature*“ von **Mayborn** mit Mikrofon, Kamera und Bewegungsmelder (Baby-Sicherheit für zuhause), das „*Wrapper Motion* +“ von **Lodger**, eine Mischung aus Umhang und Spieldecke (Textilien), und die

„*Calma*“, einen brustwarzenförmigen Aufsatz für Babyflaschen von **Medela** (Pflegerprodukte). In der Kategorie **Spielzeug** erhielt der „*Große Optikbaukasten*“ von **Haba** den Preis, laut Jury für „ein traditionelles Spielzeug, das Kinder mit kleinen Schritten an die Welt der Wissenschaft heranführt“. Den ersten Platz im Bereich Möbel belegten die **baff Musikmöbel**, Hocker und Stühle, die Kinder auch als Instrumente benutzen können.

→ www.kindundjugend.de



Aus der Moskauer Spielwarenmesse **Toy Russia** wird die **Toys & Kids Russia**. Am 14.-16.3.2012 trägt die Schau damit ihrer **Sortimenterweiterung** über Spielzeug hinaus auf Mode, Kinderwagen und andere Kleinkindprodukte Rechnung. Neu ist außerdem das Areal „**What's New**“ zur gesonderten Präsentation von Neuheiten. Veranstaltet wird die Toys & Kids Russia von **RNTA Expo**, einer Kooperation des russischen Spielzeugindustrieverbandes und der **Spielwarenmesse eG** in Nürnberg. Letztere organisiert wieder im Rahmen ihres Auslandsmesseprogramms „World of Toys“ einen internationalen **Gemeinschaftsstand**, für den man sich noch bis Ende Oktober anmelden kann.

→ www.world-of-toys.org/russland



Die elfte **Shanghai International Children-Baby-Maternity Industry Expo** (CBME), chinesische Fachmesse für Baby-, Kinder- und Mutterschaftsprodukte am 20.-22.7., meldete mit über 88.000 Einkäufern einen neuen Besucherrekord. Damit betrachtet sich die Messe als **weltweit größte Schau** ihrer Art. 1.043 Aussteller, darunter Marken wie Stokke, Avent, Chicco, Maxi-Cosi oder Peg Perego, präsentierten sich auf einer Fläche von 80.500 m². Das Produktspektrum deckt sich in etwa mit dem der Kölner **Kind + Jugend**. Zum nächsten CBME-Termin am 18.-20.7.2012 erwartet Veranstalter **UBM** (United Business Media) 1.200 Aussteller und will eine Fläche von 103.500 m² vermieten.

→ www.cbmexpo.com



Recht

Die **FSK** (Freiwillige Selbstkontrolle der

Filmwirtschaft) und die **USK** (Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle) wurden von der Kommission für Jugendmedienschutz jetzt auch **für den Onlinebereich anerkannt**. Firmen mit Internetangeboten können sich künftig der FSK oder der USK als Mitglied anschließen und sich beraten lassen, wie man Website-Inhalte jugendschutzkonform gestaltet.

→ www.fsk.de www.usk.de



Verbände + Organisationen

Im Hinblick auf Weihnachten rührt der Fachhandelsverband **VEDES** die Werbetrommel für seine Modellbahngruppe **MC** mit einer neuen **Website**, auf der man die Fachgeschäfte in seiner Nähe findet. Im integrierten **MC-Club** können Verbraucher ihre Modellanlagen mit Bildern präsentieren und kommentieren; damit will die VEDES den Grundstein für eine **MC-Community** legen, die sich auch auf **Facebook** erstreckt. Dort sollen Aktionen und Exklusivangebote kommuniziert werden. Zudem gibt es einen Newsletter. Der **Modellbahnkatalog** ist gegenüber dem Vorjahr von 16 auf 24 Seiten gewachsen; er enthält Produkte der wichtigen Marken, Sets und limitierte Exklusivmodelle. Symbole geben Auskunft über Epochen und Spurweiten. Im Oktober erscheint ein **MC-Flyer** mit Preisreduzierungen um bis zu 60%, verteilt durch die Fachhändler und die Magazine „Eisenbahn-Journal“ und „Eisenbahn-Magazin“. Bundesweit schaltet der Verband **Anzeigen** in zielgruppenspezifischen Zeitschriften. Laut VEDES entwickelten sich die aktuell rund 40 MC-Händler im vergangenen Jahr besser als der Gesamtmarkt.

→ www.mc-vedes.com



Auf seiner Jahrestagung in Fürth gab der Spielwaren-Handelsverband **Spiel & Spass** bekannt, dass der Fachhandelsumsatz seiner Mitglieder im **ersten Halbjahr** um einen **zweistelligen Prozentwert** zugelegt hat. Die Zahl der Gesellschafter stieg im selben Zeitraum auf 249. 2010 war der Zentralregulierungsumsatz um 13% auf 316 Mio. € gewachsen. Dies sieht Geschäftsführer **Martin Böckling** als Ergebnis der ver-

bandseigenen Anstrengungen, zu denen neue Flächenkonzepte, eine Reduzierung des Angebots auf Kernsortimente und neue Profilierungsmöglichkeiten u.a. durch Handelsmarken wie **Fun Company** gehören. 2011 will Spiel & Spass weitere 21 Standorte seinem Flächenkonzept entsprechend umbauen. Aktuell wird an einer Öko-Spielzeuglinie für Kinder bis zwei Jahren gearbeitet. Die Jahrestagung verknüpfte man mit einem Besuch des **Playmobil**-Werks in Diethofen und des Playmobil FunParks in Zirndorf.

Die Spiel-&-Spass-Muttergesellschaft, die Mehrbranchen-Verbundgruppe **EK Servicegroup**, stellte auf der Kind + Jugend in Köln ein neues **Handbuch „family“** vor, in dem sich Absatzkonzepte für unterschiedliche Betriebstypen des Handels finden. Auf 700 m² Fläche wurden die EK-Gesellschaften Spiel & Spass, **baby & family**, **Buch & Marketing** sowie **sütegro/fashion** mit den Eigenmarken **Oskar's**, **Ferli**, **Sportline** und Fun Company gezeigt. Baby & family bewarb seinen neuen Onlineshop. Buch & Marketing demonstrierte Präsentationslösungen für Kinderbücher, Post- und Glückwunschkarten.

→ www.spiel-und-spass.de



Die Initiative „**Spiele macht Schule**“ (siehe BB 18/2011) stützt nicht nur deutsche Schulen mit Gesellschaftsspielen aus, sondern erstmals auch 20 **Mehrgenerationenhäuser**. Als Ziel wird die **Integration demenzkranker Menschen** durch generationsübergreifendes Spielen genannt. Mit federführend bei der Aktion ist der Verein **Mehr Zeit für Kinder**.

→ www.spielen-macht-schule.de



Der britische Zweig des Kinderhilfswerks der Vereinten Nationen **UNICEF** hat die Politik aufgefordert, die **Regeln für Werbung an die Adresse von Kindern** zu überarbeiten und dafür zu sorgen, dass Familien mehr Zeit füreinander haben. Eine Studie hatte ergeben, dass sich der Nachwuchs in Großbritannien oft im **Materialismus** „gefangen“ fühlt. Eltern kauften Markenspielzeug und -bekleidung aus schlechtem Gewissen, weil sie nicht genug Zeit mit den Kindern verbrachten.

→ www.unicef.org.uk





Auszeichnungen

Die „**Top 10 Spielzeug 2011**“ stehen fest, eine Hitliste des **Bundesverbandes des Spielwaren-Einzelhandels** (BVS), der damit jährlich die potenziell größten Verkaufsschlager des kommenden Weihnachtsgeschäfts bewirbt. Mit dem Logo dürfen sich die folgenden Preisträger schmücken: Die **Leg**o-Spielwelt „*Ninjago*“ mit sich drehenden Ninja-Figuren und Sammelkarten; die „*Neuen Helden*“, historisch inspirierte Kunststofffiguren von **Schleich**; der Tablet-Lerncomputer „*Storio*“ von **VTech** mit Touch-Screen; die „*Zoobles*“, magnetische Sammelfiguren für Mädchen von **Spin Master**; das RC-Auto „*XT Stunt Pro*“ von **Hasbro / Tonka**, das Stuntmanöver speichert und wiederholt; der Experimentierkasten „*Erneuerbare Energie*“ von **Kosmos** rund um die Erzeugung von Wind- und Solarstrom; die **Playmobil**-Linie „*Future Planet*“ mit Infrarotstrahlen und Weltraumthema; das „*tiptoi Starter-Set*“ mit sprechendem Elektronikstift und passenden Büchern von **Ravensburger**; die „*my World*“-Modellisenbahn für Kinder ab drei Jahren von **Märklin**; und schließlich das „*uDraw Game Tablet*“ von **THQ**, ein Zeichentableau für Malspiele auf der Nintendo Wii. Die Auswahl traf der Verband zusammen mit einer Expertenjury aus Vertretern des Großhändlers **Hoffmann**, des Einzelhändlers **Toys“R“Us** sowie der Handelsverbände **idee+spiel**, **Spiel & Spass**, **Spielzeug-Ring** und **VEDES**.

→ www.top10spielzeug.de

Drei Monate hatten Verbraucher Zeit, ihre Favoriten für den „**Deutschen SpielePreis**“ zu wählen, den weltweit größten Publikumspreis für Gesellschaftsspiele. Den Hauptpreis mit den meisten abgegebenen Stimmen holte sich „**7 Wonders**“ von Antoine Bauza, erschienen bei Repos Production, das bereits die Juryauszeichnung „**Kenner**spiel des Jahres“ erhalten hatte. Die Plätze zwei und drei belegten „**Die Burgen von Burgund**“ (Stefan Feld / alea, Ravensburger) und „**Troyes**“ (S. Dujardin, X. Georges, A. Orban / Pearl Games). Mit dem „**Deutschen KinderspielePreis**“ wurde „**Monster-Falle**“ bedacht, erfunden von Inka und Markus Brand, er-

Kennzahlen der Spielwarenbranche 2010/11

Alle wichtigen Spielwaren-Marktdaten aus einer Hand!

„Kennzahlen der Spielwarenbranche – Ausgabe 2010/11“ ist eine von der Redaktion des „BRANCHENBRIEF INTERNATIONAL – Spielzeugbranche aktuell“ herausgegebene Sammlung mit aktuellen Daten zur Spielwarenbranche. Sie enthält im PDF-Format zahlreiche Tabellen und Grafiken zur Spielwarenindustrie, dem Außenhandel mit Spielwaren und dem Spielwareneinzelhandel. Die Ausgabe 2010/11 kostet € 79,- zzgl. 19% MwSt.

Bestellung online:
www.nostheide.de/bbjahresbericht
www.spielbox-shop.de



schienen bei Kosmos. Die „**Goldene Feder**“ als Wanderpreis der Stadt Essen für vorbildliche Spielregeln ging an „**Expedition Sumatra**“ (B. Stöckmann, J. Jahnke / Igramoon). Organisiert wird der Preis alljährlich vom Bonner **Friedhelm Merz Verlag**, dem Ausrichter der Messe „**SPIEL**“ in Essen.

→ www.deutscherspielepreis.de

Jeweils zehn PC- und Konsolenspiele hat eine Fachjury für den Kindersoftwarepreis „**Tommi**“ nominiert. Nun werden die Finalisten von Kindern in 19 Bibliotheken und Kindergärten getestet. In die Endrunde kamen Spiele der Publisher Disney Interactive (3 Nominierungen), Nintendo (4), Microsoft (2), BigBen, Electronic Arts (2), Goodfable, Astragon, Morphicon, Deepsilver, USM, Headup Games, kunst-stoff und Vereinigung Deutscher Gewässerschutz. Für den „**Sonderpreis Kindergarten & Vorschule**“ wurde Ravensburger mit dem elektronischen „*tiptoi*“-Stift und dazugehörigen Büchern zweimal nominiert, obwohl es sich dabei genau genommen weder um ein PC- noch um ein Videospiele handelt; er tritt gegen „**Lernerfolg Vorschule: Prinzessin Lillifee**“ von Tivola an.

→ www.kindersoftwarepreis.de