

### Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

---

#### IT'S A WRAP: SPIELWARENMESSE 2025

---

Die Spielwarenmesse ist der globale Treffpunkt für eine ganze Branche. Vom 28. Januar bis 1. Februar 2025 kam sie zum 74. Mal in Nürnberg zusammen – und konnte das sehr hohe Vorjahresniveau halten. 2.362 Aussteller aus 71 Ländern haben auf einer deutlich vergrößerten Fläche ihre Innovationen und Trends präsentiert und die erweiterten Angebotsformate des Veranstalters, der Spielwarenmesse eG, erfolgreich genutzt. Dank einer geänderten Hallenstruktur, erlebnisreicher Specials und neuer Networking-Möglichkeiten erhielten rund 57.500 Besucherinnen und Besucher aus 126 Nationen eine klare und unterhaltsame Navigation durch die Produktvielfalt. Die nächste Gelegenheit bietet sich bereits zum 75. Geburtstag der Spielwarenmesse. Die Jubiläumsausgabe findet vom 27. bis 31. Januar 2026 statt.

#### Hot Wheels und Ferrari arbeiten zum ersten Mal seit zehn Jahren zusammen

---

Mattel gab eine neue Hot Wheels-Partnerschaft mit Ferrari, dem legendären Luxusautohersteller, bekannt, bei der gemeinsam eine neue Hot Wheels-Produktreihe entwickelt werden wird. Es ist das erste Mal seit mehr als zehn Jahren, dass Hot Wheels-Produkte mit dem ikonischen aufbäumenden Pferd geschmückt werden. Die Kollektion wird eine breite Palette von klassischen, ikonischen Ferrari-Modellen bis hin zu den neuesten und technologisch fortschrittlichsten Modellen sowie berühmten Renn- und Straßenfahrzeugen von Ferrari umfassen. Das erste Produkt der Zusammenarbeit kommt in diesem Frühjahr auf den Markt. Weitere Ankündigungen und Produkteinführungen werden im Laufe des Jahres 2025 und darüber hinaus folgen.



## 90 Jahre Schleich: Jubiläumsjahr mit Produkthighlights

---

Für Schleich beginnt ein besonderes Jahr: Der Spielwarenhersteller feiert sein 90-jähriges Jubiläum. Seit neun Jahrzehnten begleiten die detailgetreuen Schleich-Figuren Mädchen und Jungen durch ihre Kindheit, mittlerweile in mehr als 60 Ländern. Den Geburtstag feiert Schleich mit seinen Fans in aller Welt und bringt dafür sieben Jubiläumsfiguren, zwei neue Produktlinien sowie spannende neue Spielfiguren und -sets heraus. Nachhaltigkeit steht auch 2025 im Fokus: Der große Erfolg der ersten Cradle to Cradle Certified Figures wird mit sechs weiteren recycelbaren Figuren weitergeführt. [Zu den Jubiläums- und Produkthighlights](#)

## Deutsche Post und Schleich präsentieren Sonderbriefmarke

---

Die Deutsche Post und der Spielwarenhersteller Schleich stellen gemeinsam das Sonderpostwertzeichen Spieltiere vor. Diese Briefmarke erscheint anlässlich des 90-jährigen Jubiläums des traditionsreichen Unternehmens Schleich. Es zeigt drei Löwen, die exemplarisch für die Entwicklung der Figuren von Schleich stehen. Seit neun Jahrzehnten begleiten die detailgetreuen Schleich Figuren Mädchen und Jungen durch ihre Kindheit und laden sie zum Erforschen, Entdecken und Mitfühlen ein. Das Postwertzeichen hat einen Portowert von 95 Cent und eignet sich damit beispielsweise zur Frankierung eines Standardbriefs innerhalb Deutschlands.

[Weitere Informationen](#)

## 80 Jahre: Mattel zeigt Jubiläums-Kollektion auf der Spielwarenmesse

---

Die Nürnberger Spielwarenmesse markiert den Auftakt für das Jubiläumsjahr, in dem Mattel auf 80 Jahre voller Innovationen und Erfolgsgeschichten zurückblickt. Zur Feier des Jubiläums präsentierte Mattel am ersten Messetag die limitierte „Ruby Anniversary Collection“ und bot eine exklusive Vorschau auf die neu interpretierte Produktlinie ikonischer Mattel-Liebliche, darunter die Barbie Mattel 80th Anniversary Ruby Red Puppe, die Polly Pocket Ruby Red Ringbox, die Uno Mattel 80th Ruby Red Edition und das Fisher-Price Mattel 80th Anniversary Plappertelefon. Die Produkte erstrahlen als Hommage an die reiche Geschichte von Mattel in charakteristischem Rot mit leuchtenden rubinroten Akzenten. Vor 80 Jahren gründeten Ruth und Elliot Händler zusammen mit Harold Matson Mattel. Seit nunmehr acht Jahrzehnten revolutioniert der Spielwarenhersteller die Branche und hinterlässt dabei über Generationen hinweg einen nachhaltigen gesellschaftlichen und kulturellen Einfluss.

[Mattel-Historie und Highlights der Jubiläumskollektion](#)



## **fischertechnik feiert Jubiläum: 60 Jahre Technik spielend begreifen**

---

Die Geschichte von fischertechnik beginnt 1965. Von Anfang an spiegelten die Baukästen die technologischen Herausforderungen ihrer Zeit wider. Heute widmen sich viele Modelle hochaktuellen Themen wie regenerativen Energien. Damit lernen Nachwuchskräfte die Prinzipien von Windkraft, Solarenergie und Wasserkraft auf spielerische Weise zu verstehen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Förderung digitaler Kompetenzen. Die fischertechnik Sets bringen Kindern und Jugendlichen die Welt der Programmierung näher. Sie können ihre selbst gebauten Roboter programmieren und erleben, wie ihre Konstruktionen mit Sensoren und Motoren zum Leben erweckt werden. Die Produkte von fischertechnik halten in über 60 Ländern Einzug in Kinderzimmern, in Bildungseinrichtungen und in Unternehmen. Die fischertechnik Fabriksimulationsanlagen kommen in Schulen, an Universitäten und in großen Industrieunternehmen wie BMW, Mercedes-Benz, IBM und Airbus zum Einsatz. Bei BMW dienen sie der praxisnahen Schulung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, während sie in Kooperation mit IBM die Simulation von Industrie-4.0-Anwendungen vorantreiben. 2016 stand fischertechnik Pate für die Erweiterung des Panama-Kanals: Bei der Planung der Schleusen kam ein Modell aus fischertechnik Bausteinen zum Einsatz. Damit konnten verschiedene Vorgänge durchgespielt werden: zum Beispiel der An- und Abstieg des Wassers sowie die horizontale Wasserverdrängung durch das Schiff. fischertechnik-Produkte stehen für Qualität „Made in Germany“: langlebig, unkaputtbar und nachhaltig.

[Weitere Informationen](#)

## **Playmobil auf der Spielwarenmesse: Neue Markenpositionierung und neues Spielkonzept**

---

Nach der Ankündigung vom „Aufbruch in die Zukunft“ auf der Spielwarenmesse im vergangenen Jahr, folgt bei Playmobil 2025 die Einlösung dieses Versprechens. Das neue Motto lautet: „Zukunft ist jetzt“. Mit einer neuen und zukunftsfähigen Markenpositionierung und Kommunikationsstrategie wird Playmobil zur Dachmarke mit frischem Markenauftritt, kreativen Kampagnen und namhaften Kooperationen. Unterstützt wird das mit einem neuen Produktportfolio und starken Innovationen. Ziel ist es, die Markenrelevanz zu stärken, neue Zielgruppen zu erschließen und die Globalisierung der Marke Playmobil voranzutreiben. Mit der Weltneuheit Sky Trails betritt Playmobil völlig neue Wege und präsentiert ein einzigartiges Spielsystem mit unendlichen Möglichkeiten. Sky Trails ist ein haptisches Actionspiel, das gleich drei Spielwelten miteinander verbindet: Bauen, Action und kreatives Spiel. Quer durchs Kinderzimmer können Kinder und auch Erwachsene die aufregendsten Parcours konstruieren und aufbauen, Figuren durch die Luft sausen lassen und dabei ihre eigenen Geschichten



erfinden. Auf den Markt kommt „Sky Trails“ ab Herbst 2025. Gleichzeitig bleibt Playmobil seinen Wurzeln treu und bietet auch in seiner Kernkompetenz – dem Rollenspiel – neue, innovative Spiel-Sets an. Das Portfolio wurde mit neuem Konsumentenfokus, zeitgemäßen Themenwelten und moderner Umsetzung neu aufgestellt. Auch die Zielgruppe Kidults kommt im neuen Sortiment auf ihre Kosten: Die kultige Asterix-Serie wird ausgebaut, es gibt neue Autos im trendigen Miniformat und das Angebot rund um die beliebte Animations-Serie „Miraculous“ wird erweitert.

[Weitere Informationen](#)

## Märklin setzt positive Signale

---

Der Modelleisenbahnhersteller Märklin aus Göppingen veröffentlicht Informationen über seine Geschäftsentwicklung. Die allgemeine herausfordernde wirtschaftliche Situation hat auch die Modellbahnbranche erreicht. Das deutliche Hoch aus Pandemiezeiten pendelte sich wieder auf einem Niveau wie vor Corona ein. Hinzu kommt eine allgemeine Kaufzurückhaltung der Kunden. Florian Sieber, Geschäftsführender Gesellschafter von Märklin, ist dennoch optimistisch: „Mit den Umsätzen für das Geschäftsjahr 2023/2024 in Höhe von 130,4 Millionen Euro sind wir zufrieden. Die Entwicklungen für das laufende Geschäftsjahr sind mit 121,8 Millionen Euro bisher zurückhaltend – sie waren im Hinblick auf die aktuelle Lage nach der Pandemiezeit mit erhöhten Zahlen und den wirtschaftlichen Herausforderungen aber abzusehen. Im Weihnachtsgeschäft 2024 hat uns der Handel gute Abverkäufe gemeldet, was uns positiv in die Zukunft blicken lässt. Die nachfrageorientierte Produktentwicklung hat sich für Märklin bewährt. Wir bleiben durch die Teilnahme an ca. 30 Events auch 2025 wieder nah an unseren Kunden und vertrauen der großartigen Leistung unserer Entwicklungs- und Produktionsabteilungen. Zudem gehen wir 2025 mit einem spektakulären Thema aus der Musikszene an den Start und setzen damit neue Signale.“ Im Jahr 2024 hat Märklin wieder in die Entwicklung zahlreicher Neuheiten investiert.

<https://www.maerklin.de>

## Simba Dickie Group bilanziert Geschäftsjahr 2024

---

Im Rückblick auf das vergangene Geschäftsjahr zeigt sich die Gruppe angesichts der geopolitischen und wirtschaftlichen Herausforderungen mit den Umsatzzuwächsen sehr zufrieden; die Finanzsituation wird als weiterhin sehr solide bezeichnet. Für das laufende Jahr plant man eine Umsatzsteigerung. Das Jahr 2024 wurde bestimmt von einer Vielzahl geopolitischer und wirtschaftlicher Herausforderungen. Die Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten prägten die weltpolitische Landschaft und führten zu weitreichenden Auswirkungen auf die globale Wirtschaft. „In diesem schwierigen Umfeld“, so berichtet Moritz Duschl, CFO der



internationalen Spielwarengruppe, „hat die Simba Dickie Group einen konsolidierten Gesamtumsatz von 711,7 Millionen Euro erzielt. Gegenüber dem Vorjahr mit einem konsolidierten Gesamtumsatz von 675,2 Millionen Euro bedeutet das eine Steigerung von 5,4 Prozent. Mit dieser Umsatzentwicklung sind wir aufgrund der aktuellen negativen Marktentwicklungen in Europa und insbesondere in Deutschland sehr zufrieden.“ Das für 2025 veranschlagte Investitionsvolumen wird sich – soweit dies heute bekannt und geplant ist – auf eine Größenordnung von etwa 40 Millionen Euro belaufen. Davon entfallen – wie im Vorjahr – rund 40 Prozent auf Deutschland.

[Weitere Informationen](#)

## **Bruder bilanziert Geschäftsjahr 2024**

---

Investitionen, Konjunkturschwäche und ein versöhnlicher Jahresabschluss. Zieht man Bilanz aus 2024, stehen die Schlagworte der letzten beiden Jahre wieder im Vordergrund: eine stagnierende Wirtschaft und ein gedämpftes Konsumverhalten. Aufgrund der Konjunkturlage konnte für 2024 kein großes Wachstum erwartet werden. Im Zuge dessen musste auch bei Bruder Spielwaren der Vertriebsplan korrigiert werden. Zuletzt konnten allerdings die angepassten Ziele erreicht werden: „Das Erreichen unseres angepassten Umsatzziels von 90 Millionen Euro für 2024 ist im Hinblick auf die derzeitige Lage ein ‚kleiner Erfolg‘, nichtsdestotrotz aber keine zufriedenstellende Ausrichtung für die Zukunft“, resümiert Paul Heinz Bruder, auch im Hinblick auf die dadurch zurückgehenden Renditeerwartungen. Der Kostendruck auf deutsche Unternehmen im Zuge von steigendem Verwaltungs- und Bürokratieraufkommen wächst. Gleichzeitig sind die Einkaufspreise für Rohstoffe und Dienstleistungen in den letzten Jahren überproportional gestiegen. Paul Heinz Bruder sieht das Unternehmen dennoch stabil für die Zukunft aufgestellt und hält das Investitionsvolumen weiterhin auf hohem Niveau. 2024 betrug dies rund 15 Prozent des Jahresumsatzes. Im Ganzen wurde in die Entwicklungen von dreizehn Produktneuheiten und deren Schutzrechte investiert.

<https://www.bruder.de>

## **Die Marke Bruder Spielwaren wird 50**

---

2025 wird für den Fürther Hersteller Bruder Spielwaren ein besonderes Jahr: Das Familienunternehmen feiert 50-jähriges Markenjubiläum. 1926 begann der Elektriker Paul Bruder, seinen Lebensunterhalt mit dem Prägen von Messingstimmen für die hiesige Spielwarenhersteller zu verdienen. In den Nachkriegsjahren wuchs aus diesem Kleinstbetrieb ein Unternehmen, das mit Innovationskraft, Ideenreichtum und wirtschaftlichem Feingefühl zu einem Global Player der Branche avancierte. In den 1950er Jahren erkannte Paul Bruders Sohn Heinz das Potenzial der Kunststofftechnik und



entwickelte diese für die Stimmenproduktion weiter, woraus sich die ersten Exporterfolge nach England ergaben. Bereits 1958 stellte der Familienbetrieb auf Kunststofffertigung um, und Heinz Bruder begann, seine ersten kleinen eigenen Spielzeuge zu entwickeln. Aufgrund des immer größeren Erfolgs stellte Heinz Bruder 1975 seine Spielzeuge zum ersten Mal unter eigenem Namen auf der Nürnberger Spielwarenmesse aus. Damit war der Grundstein für die Marke Bruder gelegt. 50 Jahre später, mittlerweile mit Paul Heinz Bruder in der dritten Generation, ist das Familienunternehmen Weltmarktführer von modellmäßigen Spielfahrzeugen im Maßstab 1:16. „Wir freuen uns, dieses besondere Jubiläum zusammen mit unseren Partnern und Kunden zu feiern. Seit 50 Jahren ist Bruder Garant für spannendes Spielzeug mit hoher Qualität und Funktionalität. Auch zukünftig werden wir das Unternehmen wettbewerbsfähig aufstellen, auf „Made in EU“ setzen und in die Nachhaltigkeit der Produktion investieren.“, so Paul Heinz Bruder, Geschäftsführer der Bruder Spielwaren GmbH + Co. KG.

<https://www.bruder.de>

## Hutter Trade bringt MicroMacro nach Deutschland

---

Edition Spielwiese und Hutter Trade bringen MicroMacro Kids nach Deutschland. Die MicroMacro-Reihe, die für ihre großen, cartoonartigen Stadtpläne und cleveren Detektivaufgaben bekannt ist, hat Rätselfans weltweit bereits mit vier fantastischen Spielen in ihren Bann gezogen. In diesen Spielen müssen die Spieler Schlüsselereignisse und Figuren aufspüren, die in detaillierten Illustrationen versteckt sind, Informationen geschickt kombinieren und so die verrücktesten Fälle lösen. MicroMacro Kids wurde auf der Spielwarenmesse in Nürnberg vorgestellt. Das Spiel kommt im März 2025 auf den Markt und kann vom Handel über die Vertriebsgesellschaft Hutter Trade vorbestellt werden.

[Weitere Informationen](#)

## Ravensburger wächst beträchtlich und erweitert Vorstand

---

Die Ravensburger Gruppe erzielte 2024 erneut ein außerordentliches Wachstum und steigerte ihren Umsatz um 18,2 Prozent auf 790 Millionen Euro. Damit entwickelte sich das Unternehmen deutlich besser als sein Marktumfeld. Diesen Zuwachs erreichte Ravensburger vor allem durch internationale Expansion, den Aufbau einer neuen Geschäftssparte rund um das Sammelkartenspiel „Disney Lorcana“ und die Überarbeitung des Bestsellers „tiptoi“. Der Erfolg des Unternehmens wirkte sich auch auf Management und Belegschaft aus: Zum einen verstärkte Ravensburger den bisher zweiköpfigen Vorstand um zwei weitere Mitglieder. Zum anderen stellte das Unternehmen weitere Mitarbeiter ein, sodass die Belegschaft per Ende vergangenen Jahres um 182 auf 2.483 Mitarbeiter wuchs. 2025 liegen



hohe Erwartungen auf der Innovation „Brio Flora“, einem hochwertigen Spielsystem, das im Herbst unter der Marke Brio erscheint: Kinder ab drei Jahren bauen und entdecken eine phantastische bunte Spielwelt voller Tierfiguren und Blumen.

[Weitere Informationen](#)

## **Dr. Thomas März neuer Partner der Kanzlei Schlecht und Partner**

---

Schlecht und Partner, die mittelstandsorientierte Kanzlei für Steuerberatung, Board-, Financial- und Deal Advisory, begrüßt Dr. Thomas März als Partner und Leiter der neuen Niederlassung in Nürnberg. Dr. März war mehr als 20 Jahre als CEO und CFO in Personalunion bei der Vedes AG, Nürnberg, tätig. Nach der Sanierung und Restrukturierung des Konzerns hat er die strategische Neuausrichtung und Weiterentwicklung des Unternehmens operativ erfolgreich umgesetzt. Dr. Thomas März verabschiedete sich als Vorstandsvorsitzender planmäßig mit Ablauf seines Vertrags am 31. Dezember 2024 aus dem Vorstand der Vedes AG. Bei Schlecht und Partner wird Dr. Thomas März seine umfassende Kompetenz insbesondere in den Bereichen Board- und Financial Advisory sowie Corporate Governance einbringen.

[Weitere Informationen](#)

### **Weitere Fachinformationen im Abonnement:**



**Spielinfo** : Brancheninformationsdienst für Spielzeug, Freizeitartikel, Videospiele, Baby- und Kinderausstattung

Hinweise zum [DATENSCHUTZ](#).

BVS Chef-Info  
in Zusammenarbeit mit der Spielwarenmesse eG  
Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V.  
An Lyskirchen 14 – 50676 Köln  
Tel +49 221 27166-0  
Fax +49 221 27166-20  
bvs@einzelhandel-ev.de  
www.bvspielwaren.de  
www.spielwarenmesse.de