

PRAXIS

Rosa Ponys, schnelle Flitzer und mächtige Dinosaurier

Eine Genossenschaft organisiert die weltgrößte Spielwarenmesse, die jedes Jahr Zehntausende Fachbesucher nach Nürnberg lockt. „Profil“ hat sich die Neuheiten der Messe 2024 angeschaut.

Autor & Fotos: Christof Dahlmann, Redaktion „Profil“



Am 30. Januar 2024 hat die Spielwarenmesse in Nürnberg ihre Türen geöffnet. Die weltweite Leitmesse läuft fünf Tage lang und wird von einer Genossenschaft

organisiert: der Spielwarenmesse eG. Bereits am ersten Tag zeigte sich Vorstandschef Christian Ulrich sehr zufrieden mit dem Zuspruch: „Die Zahl der Aussteller liegt spürbar über dem Vorjahresniveau.“ Dazu beigetragen habe, dass viele Reiserestriktionen weggefallen seien. Insgesamt zeigen auf der Schau 2.354 Unternehmen aus 68 Ländern ihre Neuheiten. 2023 waren es nur 2.100 Hersteller.

Ulrich ist überzeugt, dass die Rechtsform Genossenschaft perfekt zur Spielwarenmesse passt. „Dass wir Teil der Branche sind, ist ein gewaltiger Vorteil. Wir sind mehr als ein reiner Messeanbieter, sondern verstehen uns als Gestalter. Auf diese Weise gibt es ein viel stärkeres Miteinander“, betont er.

Und was gab es auf der Spielwarenmesse zu sehen? Die „Profil“-Redaktion hat sich am Eröffnungstag umgeschaut und präsentiert – teils exklusiv – zehn Highlights.

Geburtstag und Aufbruch bei Playmobil

Auf der Spielwarenmesse 1974 stellte Horst Brandstätter erstmals drei Playmobil-Figuren vor: Einen Ritter, einen Bauarbeiter und einen Indianer. Diese und viele Tausende weitere Spielzeugfiguren eroberten in den nächsten Jahrzehnten die Kinderzimmer in vielen Ländern weltweit. Doch in den vergangenen Jahren lief es nicht mehr rund, das Unternehmen musste Einbußen bei Umsatz und Gewinn verkraften.



50. Geburtstag von Playmobil: Vorstand Bahri Kurter feiert mit Asterix und Obelix und einer Geburtstagstorte.

Der 50. Geburtstag, den Playmobil gebührend auf der diesjährigen Spielwarenmesse feiert, soll Startschuss für einen „Aufbruch in die Zukunft“ sein, wie CEO Bahri Kurter verkündete. Man wolle neue Wege einschlagen, um aus Kunden Fans zu machen. Der Fokus liegt zunehmend auf Lizenzen und Kooperationen. Neben Asterix und Obelix gibt es beispielsweise Playmobil-Figuren aus der Manga-Reihe Naruto. Die Ninja-Welt ist weltweit beliebt. Zudem sind 2024 Kooperationen mit der Deutschen Post, McDonald's und dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) geplant. Beispielsweise soll Anfang März eine Playmobil-Briefmarke erscheinen.

Tipp-Kick mit Sonderedition zum 100. Jubiläum

Im Sommer findet in Deutschland die Fußball-Europameisterschaft statt. Viele Unternehmen haben auf der Spielwarenmesse passende Produkte vorgestellt. Ein Hersteller, der das Thema glaubhaft besetzen kann, ist Tipp-Kick aus Villingen-Schwenningen (Baden-Württemberg). Das Familienunternehmen Miegl produziert seit 100 Jahren Tischfußballspiele.

Nun erscheint eine Sonderedition „Tipp-Kick DFB Classic“. Das Prinzip bleibt gleich:

Zwei Spieler treten mit je einem Torwart und einem Spieler gegeneinander an. Damit der Feldspieler gegen den Ball tritt, muss ein Knopf auf dem Kopf gedrückt werden. Neu dazugekommen sind Sound-Module, die Jubelgesänge der Fans abspielen. Auf diese Weise lässt sich die Europameisterschaft mit passender Atmosphäre zu Hause nachspielen.



Klassiker im neuen Gewand: Die Sonderedition DFB Classic von Tipp-Kick.

Die Sonderedition zur Europameisterschaft zeige und stärke die Liebe von Tipp-Kick zum Fußball, erzählt Geschäftsführer Mathias Mieg auf der Messe. Er führt das Unternehmen in der dritten Generation, sein Großvater Edwin hatte das Spiel im Jahr 1924 zur Marktreife gebracht. Auch die vierte Generation hat signalisiert, das Familienunternehmen weiterzuführen, freut sich Mieg.

Rosa Ponys bei Nici

„Lissy Pony“, erst 2022 gegründet, hat sich binnen kurzer Zeit als stärkste Pferdezeitschrift bei den Kindermagazinen etabliert. Die Fantasiewelt mit ihren fiktiven Geschichten rund um die Ponys haben die Herzen vor allem vieler Mädchen

im Sturm erobert. Damit auch in der realen Welt mit den Ponys gespielt werden kann, bringt der Plüschtierhersteller Nici dieses Jahr ein umfangreiches Sortiment auf den Markt. Voraussichtlich ab August gibt es beispielsweise Stofftiere oder Kissen in zahlreichen Varianten, kündigt Produkt- und Marketingleiter Ralph Steinert auf dem Messestand von Nici an.



Die Lissy Ponys von Nici kommen voraussichtlich im August 2024 auf den Markt.

Generell setzt das Unternehmen mit Sitz in Altenkunstadt (Oberfranken) stark auf Lizenzen. Ein weiteres Beispiel dafür sind Produkte aus der französischen Zeichentrickserie Molang. Dort geht es um die Freundschaft zwischen einem Kaninchen und einem Küken. Die Serie ist nicht nur in Europa beliebt, sondern wird in 190 Ländern ausgestrahlt. Entsprechende Plüschtiere stellt Nici auf der Messe vor.

Immer mehr der Kuscheeltiere werden möglichst nachhaltig produziert, erzählt Marketingleiter Steinert. In der Produktwelt „Nici Green“ stammen die Plüsch- und Füllstoffe überwiegend aus recycelten Materialien wie alten PET-Flaschen. Ziel sei es, die gesamte Wertschöpfungskette umweltfreundlich zu gestalten.

Bewegliche Dinosaurier

Klemmbausteine müssen nicht aus Dänemark kommen. Auch andere Unternehmen haben spannende Produkte zum Zusammenbauen im Portfolio. Ein Newcomer ist Open Brick Source aus Drolshagen bei Köln. Das Unternehmen wurde 2019 gegründet und möchte Nischen besetzen, die die große Konkurrenz nicht bedient, erzählt Geschäftsführer Stefan Reißner.

Auf ihrem Messestand hat Open Brick Source vor allem Produkte aus den Themengebieten Dinosaurier, Fahrzeuge und Weltall dabei. Der Brontosaurus beispielweise besteht aus 611 Teilen. Eine besondere Funktion: Viele Teile des Dinosaurier-Körpers, zum Beispiel die Arm- und Beingelenke sowie das Maul, lassen sich drehen. Besonderen Wert legt das Unternehmen auf eine hochwertige Verpackung: Durch den gestanzten Druck macht diese auch optisch etwas her, betont Reißner.



Einst war der Brontosaurus ein mächtiger Dinosaurier, heute gibt es ihn zum Zusammenbauen. Stefan Reißner von Open Brick Source präsentiert das Modell der Urzeitechse.

Carrera-Bahn ohne Spur, mit App

Wer kennt sie nicht, die klassische Carrera-Bahn? Mit dem Rennwagen auf einer festen Spur fahren, durch Steilkurven und Loopings heizen und das alles gesteuert per manuellem Controller. Auf der Spielwarenmesse hat das Unternehmen nun mit Carrera Hybrid ein komplett neues Rennbahnsystem vorgestellt.



Außen die Rennstrecke des Klassikers, innen die der Neuheit: Bei Carrera Hybrid gibt es keine Spur mehr, die Steuerung funktioniert per App.

Bei dem überarbeiteten Konzept fahren die Autos, Porsche 911 GT3 im Maßstab 1:50, völlig frei auf der Rennstrecke. Es gibt keine Spuren. Und gesteuert wird nicht mehr Controller, sondern per kostenfreier App. Durch das Neigen des Smartphones wird gesteuert, Gas gegeben und gebremst wird anhand virtueller Tasten.

Unterstützt werden die Fahrer von Künstlicher Intelligenz. Mit der Software sollen sich zudem viele Parameter individuell einstellen lassen. Dazu zählen beispielsweise die Geschwindigkeit, der Reifengrip oder die Bremswirkung. Außerdem spielt die App ein originalgetreues Motorengeräusch ab. Los geht es im Herbst 2024, dann sollen die beiden Sets „Devil Drivers“ und „Speedway to Hell“ erscheinen. Enthalten

sind zwei Autos, vier Geraden, zehn Kurven und eine Start-/Endgerade. Auch Strecken-Erweiterungssets sind angekündigt.

Pluto, Dagobert Duck und Kit Wolkenflitzer für „Disney Lorcana“

Der Spielwarenhersteller Ravensburger hat 2023 eines der erfolgreichsten Geschäftsjahre der 140-jährigen Unternehmensgeschichte gefeiert. Vor allem verantwortlich: Das Sammelkartenspiel Disney Lorcana, das im August vergangenen Jahres erschien.

Auf der Spielwarenmesse präsentierte Ravensburger einige Neuerungen zu Lorcana. Am 23. Februar soll das Set „Die Tintenlande“ erscheinen und neue Spielorte sowie Charaktere einführen. Mit dabei sind beispielsweise der Hund Pluto, Dagobert Duck aus „DuckTales“ oder Kit Wolkenflitzer aus „Käpt'n Balu und seine tollkühne Crew“. Zudem organisiert Ravensburger im Laufe des Jahres mehrere große Turniere, auch eine Europa- und Weltmeisterschaft ist geplant. Damit auch Neulingen von Sammelkartenspielen der Zugang gelingt, veröffentlicht Ravensburger voraussichtlich im September ein Produkt mit dem plakativen Titel „Disney Lorcana – Der Einstieg“.



Das Sammelkartenspiel „Disney Lorcana“ von Ravensburger kommt gut an, auf der Spielwarenmesse wurden Neuerungen wie das Set „Die Tintenlande“ präsentiert.

Auf der Spielwarenmesse feierte Ravensburger zudem das 50-jährige Jubiläum des „Blauen Dreiecks“. 1974 wurde das prägnante Markenzeichen, das auf jeder Spielepackung abgedruckt ist, erstmals eingeführt.

Eine Rallye durch den Dschungel

Das Unternehmen Haba aus Bad Rodach (Landkreis Coburg) hat turbulente Monate hinter sich. Im September 2023 meldete das Unternehmen Insolvenz in Eigenregie an, im Dezember wurde das Sanierungskonzept beschlossen.

Nun soll es nach vorne gehen, auf der Spielwarenmesse hat Haba mehrere Produktneuheiten vorgestellt. Eines ist das Brettspiel „Bamboo Rallye Cup“. Ziel ist es, eine Seifenkisten-Fahrt durch eine Dschungellandschaft zu gewinnen. Das Spiel funktioniert ähnlich wie „Mensch ärgere Dich nicht“, bringt aber eine zusätzliche taktische Tiefe ein. So gibt es eine Holzhupe. Wer diese drückt, übernimmt die gegnerischen Würfel. Aufpassen müssen die Spieler zudem auf die Pistengespenster, die die Rally-Fahrer zurück an den Start schicken. Das Spiel erscheint im Frühjahr und eignet sich für Spieler ab sechs Jahren.



Eine Abenteuer-Fahrt durch den Dschungel: Bamboo Rallye Cup von Haba.

Im Trend: Kidults

Jedes Jahr dreht sich die Spielwarenmesse um ein spezielles Motto. 2024 standen die „Kidults“ – ein Kunstwort aus den Begriffen „Kids“ und „Adults“ – im Mittelpunkt der Messe. Spielwaren für Erwachsene: Das sei bereits heute ein großer Markt, erklärt Christian Ulrich von der Spielwarenmesse eG. Doch es gebe weiteres Potenzial und eine hohe Ausgabebereitschaft. Die Zielgruppe möchte ihre Produkte jedoch nicht neben den Kinderspielwaren kaufen, sondern es müssten eigene Handelsformate geschaffen werden. Beispiele dafür seien spezialisierte Geschäfte.

Auch auf dem Stand von Mattel, dem zweitgrößten Spielzeughersteller der Welt, ging es um das Thema Kidults. Dazu präsentierte Toan Nguyen, Gründer der Marketingagentur Jung von Matt Nerd, eine Studie, die sein Unternehmen im Januar 2024 auf dem deutschen Markt durchgeführt hat. Fünf Kernergebnisse:

- 65 Prozent der befragten Erwachsenen kaufen Spielwaren aus nostalgischen Gründen, beispielsweise, um sich an die eigene Kindheit zurückzuerinnern,
- 74 Prozent finden beim Spielzeugkauf Trost und Ablenkung von den Sorgen des Alltags,
- 55 Prozent kaufen Produkte, die sie oder ihre Eltern sich früher nicht leisten konnten,

- 59 Prozent haben bei der Beschäftigung mit Spielwaren das Gefühl, sich geborgen und geliebt zu fühlen,
- 49 Prozent sind stolz, Spielwaren zu besitzen.

„In einer Zeit, die sich auf Eskapismus und emotionales Wohlbefinden konzentriert, ist die Ansprache des inneren Kinds essenziell für Markenkommunikation“, betonte Nguyen.



Toan Nguyen von Jung von Matt Nerd präsentierte auf dem Stand von Mattel die Ergebnisse einer Studie zu Kidults.

Das Ei darf nicht von Bord fallen

Kooperatives Echtzeitspiel für die gesamte Familie: Auf der Spielwarenmesse präsentierte der Kosmos Verlag „Dodo Ahoi!“ Das Spiel soll im Herbst 2024 erscheinen und ist Nachfolger von „Dodo“, das 2021 den Deutschen Spielepreis als bestes Kinderspiel erhielt.



Fahrt von Insel zu Insel: Das Spiel „Dodo Ahoi!“ des Kosmos Verlags.

So funktioniert „Dodo Ahoi!“. Die Spieler steuern das Boot über den Spielplan von Insel zu Insel. Dazu legen sie nach dem Mau-Mau-Prinzip Karten in der Tischmitte ab. Erschwert wird das Vorwärtkommen dadurch, dass das Dodo-Ei auf einer Wippe ausbalanciert werden muss. Es darf nicht herunterfallen. Nur durch Teamwork können die Spieler gewinnen.

„Mensch ärgere Dich nicht“ wird 110 Jahre alt

Dieses Brettspiel kennt jeder: „Mensch ärgere Dich nicht“ von Schmidt Spiele. Nach Angaben des Herstellers wurden bis heute 100 Millionen Exemplare des Klassikers verkauft. Den Durchbruch feierte das Spiel 1914 zu Kriegszeiten. Damals versendete Josef P. Schmidt 3.000 Exemplare als Sachspende an deutsche Lazarette. Von den Krankenbetten gelang „Mensch ärgere Dich nicht“ in die heimischen Wohnzimmer.

Auf der Spielwarenmesse feiert der Schmidt Verlag den runden Geburtstag. Mit am Stand waren am Eröffnungstag die Schauspieler Marie-Luise Marjan, bekannt durch ihre Rolle als Helga Beimer in der Fernsehserie Lindenstraße, und Manuel Santos Gelke. Passend zum Jubiläum gibt es heuer eine golden gestaltete Jubiläumsausgabe. Außerdem können die Spielfiguren personalisiert werden.



Präsentierten die golden gestaltete Jubiläumsausgabe von „Mensch ärgere Dich nicht“ (v. li.): Manuel Santos Gelke (Schauspieler), Axel Kaldenhoven (Geschäftsführer Schmidt Spiele) und Marie-Luise Marjan (Schauspielerin).



Toy Award für sechs Neuheiten

Mit dem ToyAward zeichnet die Spielwarenmesse kreative Spielideen, große Erfolgspotenziale und eine hohe qualitative Verarbeitung aus. Die Preisträger im Überblick:

- Kategorie Baby & Infant (0-3 Jahre): Basic Building Blocks – Multicolored, Haba. Mit den Bauklötzen können Kinder spielerisch die geometrischen Grundformen erlernen sowie ihre Motorik, Sensorik und Kreativität schulen.
- Kategorie PreSchool (3-6 Jahre): Stix, OPPI. Beim Bauen mit Rotationsgelenken, Halbkugeln und Silikonschläuchen erlernen Vorschulkinder, wie verschiedene

Formen und Materialien die Stabilität ihrer Bauwerke beeinflusst.

- Kategorie SchoolKids (6-10 Jahre): Adventure Puzzle – Das Licht im Zauberwald, Franckh-Kosmos. Um den Wald zu retten, müssen die kleinen Abenteurer verschiedene Aufgaben lösen.
- Kategorie Teenager & Adults (ab 10 Jahren): Tetris & Pac Man Arcade in a Tin, Fizz Creations. In einer Blechdose verbergen sich die beiden Arcade-Klassiker zum Spielen für unterwegs.
- Kategorie Startup: Artist, Hoppstar. Die Sofortbild-Kamera eignet sich als Einstieg für junge Fotografen, indem sie qualitativ hochwertige Bilder schießt und viele Features wie automatische Bildkorrektur, Filter und Rahmen bietet.
- Kategorie Sustainability: Feber Recycle Eco House, Famosa by Giochi Preziosi. Das Spielhaus ist zu 90 Prozent aus recyceltem Plastik gefertigt und vermittelt Kindern im Rollenspiel Nachhaltigkeitskonzepte für den Alltag wie Mülltrennung und Recycling.

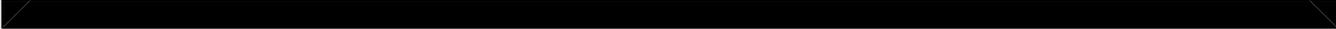
Nach Ihrer Einwilligung werden Daten an YouTube übertragen.



Einwilligen

Profil
vor Ort

Spielwarenmesse
in Nürnberg



Spielwarenmesse 2024 in Nürnberg: „Kidults“ liegen im Trend. Video: Christof Dahlmann und Karl-Peter Lenhard, Genossenschaftsverband Bayern

WEITERFÜHRENDE LINKS

- [Die Webseite der Spielwarenmesse](#)