

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Kostenfreie Tickets für die Spielwarenmesse 2025

Bald öffnet die Spielwarenmesse wieder ihre Tore: Die Spielwarenbranche trifft sich vom **28. Januar bis 1. Februar 2025** (Dienstag bis Samstag) wieder in Nürnberg. Freuen Sie sich auf inhaltsstarke Vorträge, inspirierende Specials, spannende Produktneuheiten und natürlich den wertvollen Branchenaustausch. Nutzen Sie also die Gelegenheit, Ihr Netzwerk zu erweitern und sich von den neuesten Trends und Innovationen begeistern zu lassen. Die Teilnahme ist für Sie als Mitglied der Einzelhandelsorganisation **kostenlos**. Der Gutscheincode kann unter www.spielwarenmesse.de/bvs eingelöst werden.

Gutscheincode: SWM25-298755
(Mehrfachnutzung möglich)

Das Hörspiel wird 100

Hörspiele sind seit über 100 Jahren fester Bestandteil der Unterhaltungskultur – und sie sind beliebter denn je. Mit Klassikern wie Bibi Blocksberg und Benjamin Blümchen, die seit Jahrzehnten Millionen von Kindern begeistern, und einer stetig wachsenden Fangemeinde unter Erwachsenen, erlebt das Hörspiel eine Renaissance. In Deutschland war es im Oktober 1924, als das bekannte Hörspiel "Zauberei auf dem Sender" von Hans Flesch ausgestrahlt wurde. Seitdem hat sich das Medium ständig weiterentwickelt – von Radioübertragungen über Kassetten bis hin zu den heutigen Streaming-Plattformen. Heute sind Hörspiele auf allen digitalen Kanälen präsent und für jede Altersgruppe verfügbar. Doch trotz dieser Modernisierung bleibt der Grundgedanke derselbe: packende Geschichten, die nur durch Worte, Geräusche und Musik erzählt werden. Rund 200 Millionen verkaufte Hörspiel-Kassetten und CDs von Bibi Blocksberg und Benjamin Blümchen in den letzten Jahren. Jährlich hören mehr als 50 Millionen Menschen in Deutschland regelmäßig Hörspiele.



Streaming-Plattformen wie Spotify und Audible verzeichnen Hunderttausende Zugriffe auf klassische und neue Hörspielproduktionen.

<https://www.presseportal.de>

Erfolgreiche Bilanz für die Rofulino & Freunde Tour 2024

In den vergangenen fünf Monaten standen bei Rofu Kinderland alle Zeichen auf Feiern: Im Mai gab der Spielwarexperte den Auftakt zu seiner beliebten Familien-Eventserie „Rofulino & Freunde auf Tour“. Nach dem Kick-off in der Rofu-Filiale in Kaiserslautern tourte die Veranstaltung bis Ende September quer durch Deutschland und machte in insgesamt 16 Städten in sechs Bundesländern Station. Großes Finale der Party-Tour war Ende September im bayerischen Königsbrunn, wo rund 1.000 kleine und große Besucher zusammen mit Rofulino, dem Maskottchen, ein buntes Familienfest feierten. Die Kunden durften sich am jeweiligen Aktionstag in den Rofu-Filialen auf eine stimmungsvolle Feier mit beliebten Walking Acts (wie z.B. Peppa Wutz, Paw Patrol, Bluey, Feuerwehrmann Sam, und viele mehr), Sonderrabatten und natürlich viel Spiel, Spaß und Action freuen.

„Für uns war die Rofulino & Freunde Tour ein ganz besonderes Highlight in diesem Jahr“, sagt Michael Edl, Geschäftsführer von Rofu Kinderland.

„Als Experte für Familienthemen ist uns der direkte Kontakt sowie der Austausch mit unseren Kunden sehr wichtig.“

<https://www.rofu.de>

EK Retail: Ausgezeichnete Familienfreundlichkeit

2022 wurde die EK Retail erstmalig durch die Stadt Bielefeld und das Bielefelder Bündnis für Familien aus Kammern, Wirtschaftsunternehmen, sozialen Einrichtungen, Wirtschaftsförderung und Arbeitsagentur als besonders familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet. „Wir bewegen uns im Handel in herausfordernden Zeiten. Deshalb ist es wichtig, dass wir uns als innovativer und verlässlicher Arbeitgeber positionieren. Unsere Mission ist es schließlich, nachhaltige Wertschöpfungsmodelle für den unabhängigen Einzelhandel in Europa zu entwickeln. Und dafür sind qualifizierte und hochmotivierte Fachkräfte unabdingbar“, sieht Martin Richrath, CEO des EK Mehrbranchenverbundes, die erneute Zertifizierung durch die Bielefelder Familien-Allianz als Bestätigung einer verantwortungsvollen Unternehmenspolitik. In die aktuelle Bewerbung gingen neben bereits bewährten Angeboten auch neue, zukunftsweisende Aktivitäten ein. Ein Highlight war die komplette Umgestaltung zentraler Flächen des Bielefelder Headquartiers: Dort hat EK in den vergangenen zwei Jahren ideale Bedingungen für den individuellen Work-Mix aus Office, Home-Office und möglicher Mobil-Arbeit geschaffen. Desk Sharing, Co-Working-Spaces oder ein stylisches „Work Café“ für den Rückzug mit dem



Laptop sind hier genauso selbstverständlich wie komfortable Ruhezonen für die kleine schöpferische Auszeit.

<https://www.infoboard.de>

Das verrückte Labyrinth, Scotland Yard und Lotti Karotti werden verfilmt

Constantin Film und der Ravensburger Verlag gehen eine Partnerschaft ein. Im Zuge dessen hat sich Constantin Film die Verfilmungsrechte an "Das verrückte Labyrinth", "Scotland Yard" und "Lotti Karotti" gesichert. Damit kommen drei der bekanntesten und beliebtesten Spielmarken mit dem blauen Dreieck auf die große Leinwand. Im Mittelpunkt der Verfilmungen stehen die Essenz der Spielmarken sowie die Charaktere und das Spielprinzip. Dabei bleibt der Fokus auf den familiären Werten erhalten. Beide Unternehmen sehen in der Zusammenarbeit eine ideale Möglichkeit, um die Fantasie und Spielfreude auf eine neue Ebene zu heben und unvergessliche, mitreißende Geschichten für die ganze Familie ins Kino zu tragen. Erst vor wenigen Tagen wurde bekannt, dass Constantin Entertainment für RTLZWEI die Comedy-Show "Nobody is perfect" produziert, die ebenfalls auf einem Spiel aus dem Hause Ravensburger basiert. Weitere Informationen: <https://constantin.film>

Mattel: Gemischte Ergebnisse im dritten Quartal

Mattel präsentiert zum dritten Quartal 2024 eine Mischung aus Gewinnen und Rückgängen. Trotz eines Rückgangs des Nettoumsatzes um 4 Prozent im Jahresvergleich auf 1,84 Milliarden US-Dollar verzeichnete das Unternehmen Verbesserungen bei der bereinigten Bruttomarge, dem EBITDA und dem Gewinn pro Aktie. Diese Zuwächse wurden unter anderem auf Effizienzsteigerungen in der Lieferkette und Aktienrückkäufe zurückgeführt. Mattels Ausblick für den Rest des Jahres umfasst Marktanteilsgewinne und eine starke Weihnachtssaison, wobei der Fokus auf dem Wachstum in den Bereichen Fahrzeuge und Fisher-Price liegt, während für Barbie-Verkäufe ein Rückgang erwartet wird.

de.investing.com

Hasbro gibt Finanzergebnisse für das dritte Quartal 2024 bekannt

Der Umsatz von Hasbro, Inc. ging im dritten Quartal um 15 Prozent zurück; ohne die Veräußerung von eOne sank der Umsatz um 9 Prozent. Das Segment Wizards of the Coast und Digital Gaming ging aufgrund des Auslau-



fens von Baldur's Gate 3 um 5 Prozent zurück, und das Segment Consumer Products verzeichnete einen Rückgang von 10 Prozent. Der Betriebsgewinn von 302 Millionen US-Dollar und die Betriebsmarge von 23,6 Prozent beinhalten 27 Millionen US-Dollar an Kosten für immaterielle Abschreibungen im Zusammenhang mit eOne und Kosten im Zusammenhang mit der Umstrukturierung des Unternehmens. An die Aktionäre wurde im Quartal eine Bardividende in Höhe von 98 Millionen US-Dollar ausgeschüttet. <https://investor.hasbro.com>

Mattel legt Barbie Buch auf: „My Barbie Story“

Zur Feier des 65. Jubiläums von Barbie präsentiert Mattel das Buch „My Barbie Story“. Die Sonderausgabe ist seit dem 24. Oktober 2024 erhältlich und entstand mit der Unterstützung prominenter Barbie-Fans und Role Models. „My Barbie Story“ enthält eine Sammlung von 108 berührenden Geschichten darüber, was Barbie im Laufe der Jahre für sie bedeutet hat und wie sie ihr Leben und ihre Karrieren beeinflusst hat. Im Rahmen des Barbie Dream Gap Projekts werden alle Erlöse des Buches an UN Women UK gespendet, eine Organisation, die sich für Geschlechtergerechtigkeit und die Stärkung von Frauen einsetzt. Das Buch enthält persönliche Anekdoten von beliebten Prominenten wie Dame Helen Mirren, Claudia Schiffer, Adwoa Aboah, Sharon Rooney, Samantha Cristoforetti, Sümeyye Boyacı, Richard Quinn, Michael Halpern, Susana Rodriguez, Asma Khan, Kristina Vogel, Guido Maria Kretschmer, Tijen Onaran, Leyla Piedayesh, Bettina Dorfmann, Natalie Dedreux sowie Traudl und Verena Prechtl. Ihre inspirierenden Erzählungen verdeutlichen und würdigen Barbies anhaltenden gesellschaftlichen Einfluss über Generationen hinweg und in verschiedenen Bereichen wie Kunst, Sport und MINT. Weitere Informationen: <https://news.mattel.de>

Playmobil präsentiert neue Dachmarkenkampagne

Mit gleich drei neuen Commercial-Spots ist Playmobil seit Mitte Oktober in fast allen europäischen Ländern und Nord Amerika On Air. Die globale Dachmarkenkampagne ist ein weiterer Schritt der Anfang des Jahres vorgestellten Neuausrichtung „Aufbruch in die Zukunft“. Diese neue und umfassende Strategie beinhaltet die konsequente Ausrichtung der Marke Playmobil auf seine Kunden und die Konsumenten. Die Spots sind stringent auf die Zielgruppe Kinder ausgerichtet und beinhalten die Botschaft: bei der Kultspielmarke Playmobil ist jetzt alles neu und anders. Sie laufen nicht nur im TV, sondern auch auf allen relevanten Digitalkanälen wie Facebook, Instagram oder YouTube. Mit der neuen Dachmarkenkampagne liefert Playmobil erste Einblicke in die Neuausrichtung der Marke nach einem umfassenden Transformations-



prozess des Unternehmens. „Auf der Nürnberger Spielwarenmesse im Januar werden wir neben zahlreichen Innovationen und brandneuen Produkten auch unsere neue Markenpositionierung präsentieren. Die Playmobil-Fans werden begeistert sein und können sich mit uns zusammen auf 2025 freuen“, so Playmobil Vorstand Bahri Kurter.

<https://www.playmobil.com>

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