BVS Handelsverband Spielwaren

BVS Chef-Info | Branchennews

38-39 | 2025

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

1.138 Euro für die Kleinsten

Die jüngsten Geburtenzahlen machen Hoffnung: Der Rückgang fiel 2024 deutlich schwächer aus als in den Vorjahren. 677.117 Kinder wurden geboren – ein Minus von 2 %. Für den Markt der Baby- und Kinderausstattung reicht das jedoch nicht aus. Eltern gaben in den ersten drei Lebensjahren pro Kind rund 1.138 Euro aus. Insgesamt beliefen sich die Ausgaben auf rund 2,4 Milliarden Euro, was einem Minus von 7 % gegenüber 2023 entspricht. Wie behauptet sich der Fachhandel im veränderten Konsumumfeld? „Viele junge Eltern kaufen heute deutlich bewusster und vergleichen stärker – Qualität und Preis müssen stimmen. Das gilt für Kinderwagen genauso wie für Spielzeug oder Kleidung“, sagt Franziska Köster, stellvertretende Geschäftsführerin des Handelsverband Spielwaren (BVS). „Der Fachhandel kann hier punkten: Wir bieten geprüfte Sicherheit, individuelle Beratung und Orientierung im Sortimentsdschungel ein entscheidender Mehrwert in Zeiten knapper Budgets und wachsendem Onlinehandel.“ Nach ultrakompakten Alleskönnern rücken nun intelligente Kinderwagen in den Fokus. Elektrische Schiebehilfen, automatische Bremsen oder Sensoren, die Hindernisse erkennen, machen den Alltag für Eltern deutlich komfortabler. Einige Modelle bieten sogar integrierte Schlaf- und Sicherheitsfunktionen. Damit entwickelt sich der Kinderwagen Schritt für Schritt vom reinen Transportmittel zum smarten Begleiter im Familienalltag. Laut dem Marktforschungsunternehmen Interconnection Consulting kauften die Deutschen in 2024 insgesamt 646.127 Kinderwagen (inkl. Buggys). Das entspricht einem Minus von 3,2 % zum Vorjahr. Der Umsatz ist in diesem Zeitraum um 4,6 % zurückgegangen. Im vergangenen Jahr kauften die Deutschen laut Interconnection Consulting rund 2 Millionen Autokindersitze und damit annähernd so viele wie im Vorjahr. Der Umsatz ging gleichzeitig um 0,5 % zurück. Die nächste Generation von Autokindersitzen nutzt Sensorik und KI, um Sicherheit und Komfort weiter zu erhöhen. Sitze erkennen automatisch, ob Kinder korrekt angeschnallt sind, überwachen Temperatur und Sitzposition und schlagen Alarm, wenn Gefahr droht – etwa beim Zurücklassen im Fahrzeug. Über

Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V. (BVS)
An Lyskirchen 14 ·50676 Köln | Telefon: +49 221 27166-0 | Fax: +49 221 27166-20 | bvs@einzelhandel-ev.de | www.bvspielwaren.de

begleitende Apps erhalten Eltern Echtzeit-Hinweise und können Einstellungen individuell anpassen. Damit wird der Kindersitz zum digitalen Sicherheitsbegleiter, der Schutz und Alltagstauglichkeit intelligent verbindet.

Kind + Jugend erweist sich als globaler Branchentreffpunkt

Die Kind + Jugend 2025 erwies sich als globaler Treffpunkt der Baby- und Kleinkindausstattungsbranche. Rund 800 Aussteller aus 43 Ländern präsentierten in sieben Themenwelten ihre Produktneuheiten, Bestseller sowie aktuelle Trends. Rund 15.000 Fachbesucherinnen und Fachbesucher aus 108 Ländern nutzten die Gelegenheit, sich inspirieren zu lassen. Innovation war auch 2025 das zentrale Thema der Kind + Jugend. Im neuen Trend Space – Playground for Innovation, Networking & Knowledge waren die Produkte der Gewinner und Nominierten des Innovation Award im Rahmen der gleichnamigen Exhibition ausgestellt. Im Consultation & Knowledge Hub fand ein vielseitiges Programm aus Vorträgen, Panels und Diskussionsrunden statt, das dem Fachpublikum wertvolle Einblicke in kommende Entwicklungen und Markttrends bot.
Weitere Informationen

Vedes setzt mit Weihnachtskampagne Impulse für den Fachhandel

Weihnachten ist die umsatzstärkste Zeit für die Spielwarenbranche – entsprechend umfassend ist das Maßnahmenpaket, das die Vedes schnürt, um ihre Mitglieder zu unterstützen. Unter dem Motto Zauberhafte Weihnachten aktiviert die Vedes Zentrale im dritten Quartal alle Kommunikationskanäle und sorgt mit einer emotionalen Kampagne on- und offline für Sichtbarkeit und mehr Frequenz im Vedes Fachhandel. Egal ob im klassischen Print-Bereich oder digital, die Palette an attraktiven Kommunikationsmöglichkeiten bietet für jeden Geschmack, jede Zielgruppe, jeden Standort und jedes Medium die passende Werbemaßnahme. Damit wird die Vedes den Bedürfnissen ihrer heterogenen Händlerstruktur gerecht. Der Startschuss für die Vedes Weihnachtskampagne fällt Anfang Oktober mit der Veröffentlichung des Klassikers: das große Buch der Wünsche. Der Katalog ist seit Jahrzehnten das prestigeträchtigste Werbemittel der Vedes. Auch am Point of Sale setzt die Vedes auf eine emotionale Ansprache: Instore TV, ShopRadio und ein umfangreiches Grafikpaket sind aufeinander abgestimmt und verbreiten auf der Fläche weihnachtliche Stimmung. Mit diesem Mix aus Katalogen, Gewinnspielen, digitaler Reichweite, Printpräsenz und PoS-Aktionen schafft die Vedes auch 2025 wieder ein Fundament für den Fachhandel im wichtigen Weihnachtsgeschäft.
https://www.vedes.com

Rofu Kinderland eröffnet Filiale in Bochum

Am 1. Oktober 2025 eröffnet der Spielwaren-Experte Rofu Kinderland seine erste Filiale im Ruhrgebiet. Im Prater-Center Bochum wartet eine breite Auswahl an Spielwaren, Baby- und Dekoartikeln. Dank des neuen interaktiven Store-Konzepts können Besucher nicht nur stöbern, sondern auch selbst ausprobieren, entdecken und eintauchen. Das neue Store-Konzept von Rofu Kinderland setzt auf Erlebnis. Mit vielen Möglichkeiten und Stationen zum Entdecken, Staunen und Ausprobieren. Den Auftakt macht eine Eröffnungsparty am Mittwoch, den 1. Oktober 2025. Da warten neben Spiel, Action und Spaß noch weitere Programmpunkte auf die Gäste. Neben Rofulino, dem Rofu-Maskottchen und anderen Walking-Acts beliebter Kinderhelden werden auch einige lokale Influencer am Start sein. Für den Rest der Eröffnungswoche gibt es 20 Prozent Rabatt auf einen Artikel nach Wahl.
https://www.rofu.de

Playmobil-Innovation Sky Trails: Marketingoffensive zum Verkaufsstart

Mit Sky Trails hat Playmobil zum 1. September 2025 eine völlig neue Produktlinie in den Handel gebracht. Nach einer exklusiven Vorabverfügbarkeit bei Müller im August ist das Sortiment nun europaweit erhältlich. Begleitend zum Verkaufsstart ist auch die groß angelegte Marketingkampagne angelaufen. Ein Highlight der Kampagne ist das eigene Roblox-Game zu Sky Trails, das durch Kooperationen mit Gaming-Influencern wie Rezon und iCrimax sowie gezieltes YouTube-Targeting unterstützt wird. Zusätzlich erfolgte eine Aktivierung innerhalb der Minecraft-Community – ein Schritt, mit dem Playmobil gezielt ältere Zielgruppen anspricht und neue Formen digitaler Markeninszenierung nutzt. Auch im Herbst bleibt Sky Trails präsent: In TV- und CTV-Umfeldern mit hohem Co-Viewing-Potenzial – darunter Plattformen wie Amazon Prime – sowie mit Spots in relevanten Familien- und Kinderfilmen in deutschen Kinos. Mit dieser größten crossmedialen Mediastrategie in der Unternehmensgeschichte verzahnt Playmobil unterschiedliche Zielgruppenansprache – von Kindern über Pre-Teens bis hin zu Eltern und Schenkenden. Unter dem Claim „Sky Trails. Nonstop Action. Von dir gebaut“ wird die neue Spielwelt cineastisch in Szene gesetzt und setzt damit neue Maßstäbe für die Markenkommunikation von Playmobil.
Weitere Informationen

Hasbro und Disney starten markenübergreifende Zusammenarbeit für Play-Doh

Hasbro und Disney Consumer Products haben eine neue, erweiterte Kooperation zwischen der Marke Play-Doh und Disney bekanntgegeben. Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Kraft der Fantasie durch sinnliches, immersives Spielen, Geschichtenerzählen und Erlebnisse zu fördern. Die Partnerschaft wird Play-Doh-Spielsysteme ins Leben rufen, die von der Magie beliebter Disney-Figuren und -Geschichten inspiriert sind. Die erste Kollektion der Play-Doh-Spielsets präsentiert Charaktere der Marke ‚Mickey Mouse Clubhouse von Disney Jr. und bringt damit klassische Disney-Figuren aus der erfolgreichen Serie zu den jüngsten Play-Doh- und Disney-Fans in einer entscheidenden Phase ihrer Kreativitäts- und kognitiven Entwicklung. Nach Angaben der Unternehmen ist vorgesehen, die Kooperation in Zukunft auf weitere Disney-Franchises auszuweiten. Die Produkte sind bereits über Amazon erhältlich, eine breitere Einführung im stationären Handel ist ab Januar 2026 geplant.
Weitere Informationen

EK Retail Aufsichtsrat formiert sich neu

Am 16.09.2025 trafen sich die Mitgliedervertreter von EK Retail nach der Jahreshauptversammlung im April im niederländischen Amersfoort erneut – diesmal am deutschen Sitz des Unternehmens in Bielefeld. Neben anderen Tagesordnungspunkten standen auch Wahlen zum Aufsichtsrat auf dem Programm. Nach dem satzungsgemäßen Ausscheiden von Peter Dirks wählte die Vertreterversammlung als Repräsentant der gut 3.800 internationalen Handelspartner den Niederländer Johan Vlassak neu in den Aufsichtsrat des Mehrbranchenverbundes. In der anschließenden konstituierenden Sitzung wählte der neu formierte Aufsichtsrat Dr. Marc Zgaga zum stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrats. Im Anschluss an die Vertreterversammlung hat der neu formierte Aufsichtsrat in seiner konstituierenden Sitzung den seit April 2025 im Aufsichtsrat tätigen, promovierten Juristen und Geschäftsführer von Der Mittelstandsverbund – ZGV e.V. sowie Vorstandsvorsitzenden der ServiCon Service & Consult eG, Dr. Marc Zgaga, zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Johannes Lenzschau wurde von seinen Kollegen im Gremium, in seinem Amt als Vorsitzender des Aufsichtsrats bestätigt.
Das Gremium setzt sich wie folgt zusammen:
Johannes Lenzschau (Vorsitzender), Wildeshausen (DE)
Dr. Marc Zgaga (stellvertretender Vorsitzender), Köln (DE)
Johan Vlassak, Budel (NL)
Wolfgang Neuhoff, Dortmund (DE)
Paul Berden, Venlo-Blerick (NL)
Nico Vanderveen, Assen (NL)
https://www.ek-retail.com

Piatnik: Jan Peters neuer Vertriebsleiter Deutschland

Der bisherige Piatnik-Vertriebsleiter für Deutschland, Joachim Janssen, verabschiedet sich in den Ruhestand. Seine Nachfolge tritt Jan Peters an. Joachim Janssen, der als Vertriebsleiter für Deutschland viele Jahre lang erfolgreich für Piatnik tätig war, zieht sich schrittweise zurück. Um einen fließenden Übergang zu ermöglichen, steht er dem Unternehmen noch bis zum 31. Dezember 2025 in beratender Funktion zur Verfügung. Sein Nachfolger Jan Peters ist bereits seit Mai 2025 für Piatnik tätig, er übernimmt Schritt für Schritt. So wird Kontinuität und eine stabile Händlerbetreuung sichergestellt. Jan Peters bringt Erfahrungen aus dem Vertrieb und Einzelhandel mit. Nach seinem Studium war der 30-Jährige unter anderem bei Lego, als Bezirksleiter bei der Backfactory sowie zuletzt als Leiter eines Key-Account-Bereichs bei der Teekanne GmbH & Co. KG tätig.
https://www.piatnik.com

Ehemaliger CEO Dirk Engehausen kehrt als Berater zu Schleich zurück

Die Schleich GmbH, einer der größten deutschen Spielzeughersteller und eine international führende Marke für authentische Spielfiguren, gibt die Rückkehr von Dirk Engehausen bekannt. Der langjährige ehemalige CEO wird das Unternehmen künftig als Berater für den Vertrieb DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz) sowie in der Produktentwicklung unterstützen. Mit seiner umfassenden Branchenkenntnis, seinen Erfahrungen im Aufbau von Vertriebsstrukturen und Key-Account-Strategien sowie seiner engen Vertrautheit mit der Marke Schleich bringt Engehausen wertvolle Impulse für die weitere Entwicklung in der DACH-Region ein. Parallel dazu hat Patrick Greve, Mitglied der Geschäftsführung und Vice President Europe, bislang unter anderem verantwortlich für den Vertrieb in der DACH-Region, weitere Verantwortung übernommen und ist ab sofort für die Region APAC sowie für das globale Trade Marketing zuständig. Die Rückkehr Engehausens erfolgt in einer Phase, in der Schleich den eingeschlagenen Transformationsprozess konsequent fortsetzt. Im Zuge dieser Weiterentwicklung hat Dr. Manfred Ziegler jüngst die Unternehmensführung übernommen.
https://de.schleich-s.com

Jumbo Group: Wechsel in der DACH-Führung

Country Managerin Tanja Hiery verlässt das Unternehmen auf eigenen Wunsch. Ihre Nachfolge übernimmt Michael Kuijer. Unterstützt wird er dabei weiterhin von Christian Huber-Roscher, der zusätzlich zum Head of Office ernannt wurde. Tanja Hiery startete ihre Laufbahn bei Jumbo Spiele

DACH im Jahr 2020 als Sales Managerin. Dank ihres Engagements und ihrer erfolgreichen Arbeit übernahm sie bereits 2022 die Leitung der deutschen Unit in der Position als Country Managerin DACH. In ihrer Wirkungszeit trug sie maßgeblich zum Umsatzwachstum in der DACH-Region bei, die Positionierung von Marken wie Wasgij, Party & Co, Rummikub oder Ich Lerne gestärkt und das Wachstum von Hitster Brand deutlich vorangetrieben. Ihre Führung hat wesentlich zum Leistungsniveau und Ruf des Unternehmens in der Branche beigetragen. Tanja Hiery verlässt das Unternehmen, um sich beruflich neu zu orientieren. Zum 1. September 2025 hat Michael Kuijer, derzeit General Manager für Benelux und Skandinavien, zusätzlich die Leitung der DACH-Region übernommen. Christian Huber-Roscher, der seit 2024 erfolgreich den Vertrieb in der Region leitet, wird diese Funktion weiterhin ausüben und wurde zusätzlich zum Head of Office in der Region ernannt.
https://jumboplay.com

Die Spielwarenbranche trauert um Andreas Loquai

Die Spielwarenbranche verliert mit Andreas Loquai ein echtes Urgestein, einen herzlichen, aufrichtigen Menschen und einen Vollblut-Unternehmer. Andreas Loquai wurde am 19. März 1935 im sächsischen Städtchen Augustusburg geboren. Sein Vater, Rudolf Arwed Loquai, war Lieferant von Gebrauchsgrafiken, Entwürfen für Kataloge, geschnitzten Wegweisern und Firmenschildern für erzgebirgische Holz- und Spielwarenbetriebe. Andreas Loquai, mittlerweile gelernter Tischler, stieg 1950 in den elterlichen Betrieb Loquai Holzkunst ein. Nach den Kriegswirren verschlug es die Familie 1959 nach Pöttmes, wo mittlerweile die dritte Generation, die Söhne Horst und Arved Loquai, das Unternehmen führen. Produziert werden wie vor 66 Jahren Holzspielzeuge und andere kunsthandwerkliche Dinge. Das Familienunternehmen ist Gründungsmitglied der Spielwarenmesse. Andreas Loquai zählte zu den wenigen Ausstellern, die von Anfang an und bis ins hohe Alter immer persönlich in Nürnberg präsent waren. Immer mit Latzhose, Weste, Kette mit Holzverschluss. Seine Liebe galt dem Ballonsport. Seine Sammelleidenschaft machte ihn zum Weltbummler. Aus aller Herren Länder brachte er außergewöhnliche Souvenirs mit. Andreas Loquai hinterlässt nach dem Tod seiner Frau, die vor drei Jahren verstarb und mit der er 60 Jahre verheiratet war, drei Kinder, sechs Enkel und zwei Urenkel.
https://www.loquai--holzkunst.de

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