

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Spielwarenmesse baut globale Spitzenposition aus

Die 75. Spielwarenmesse überzeugte vom 27. bis 31. Januar 2026 in Nürnberg mit besonderer Atmosphäre, winterlichem Flair und zahlreichen Jubiläumsaktionen. 2.313 Aussteller aus 68 Ländern präsentierten ein breites Produktspektrum, darunter das wachsende Segment der Kidults. Rund 58.900 Besucherinnen und Besucher aus 121 Nationen bedeuteten ein Plus von 2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Trotz geopolitischer Unsicherheiten zeigte sich die Branche optimistisch: 93 Prozent der Aussteller bewerteten ihre Teilnahme positiv. Stark vertreten waren erneut die USA, während Asien mit China und Hongkong deutlich zulegte. Auch Mexiko, die Türkei sowie europäische Märkte wie Großbritannien und Frankreich verzeichneten Zuwächse. Inhaltlich setzten die ToyTrends „AI Loves (to) Play“, „Creative Mindfulness“ und „Toys for Kidults“ wichtige Impulse. Das Lizenzgeschäft spielte eine zentrale Rolle, unter anderem in der LicenseLounge. Großen Zuspruch erhielten neue Formate wie die Value of Play Conference und die Game Inventors Convention. Begleitende Networking-Events wie ToyNight und RedNight stärkten den persönlichen Austausch. 90 Prozent der Aussteller planen eine erneute Teilnahme vom 2. bis 6. Februar 2027. Die Spielwarenmesse bestätigte damit ihre Rolle als globaler Treffpunkt der Branche.

[Weitere Informationen](#)

F.A.Z. und Thalia gründen gemeinsamen Buchclub

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung und Thalia rufen mit Gemeinsam lesen einen neuen Buchclub ins Leben. Ziel ist es, Leserinnen und Leser miteinander zu vernetzen und das gemeinsame Entdecken von Büchern zu fördern. Die Diskussionen finden auf der neuen Online-Plattform Thalia Book Circle statt. Den Auftakt macht der Roman Trag das Feuer weiter von Leïla Slimani, der am 14. Januar 2026 erscheint. Die Leserunde wird über einen Zeitraum von rund zehn Wochen durch den F.A.Z.-Literatur-



Newsletter begleitet. Am 21. März 2026 findet ein Abschlussevent mit der Autorin in der Thalia Buchhandlung Leipzig statt, das sowohl vor Ort als auch online verfolgt werden kann. F.A.Z. und Thalia kooperieren bereits seit 2024 bei der Veranstaltungsreihe Zukunft gestalten.
<https://unternehmen.thalia.de>
<https://www.faz.net>

Rofu Kinderland saniert sich in Eigenverwaltung

Die Rofu Kinderland Spielwarenhandels-gesellschaft mbH hat ein Sanierungsverfahren in Eigenverwaltung beantragt. Das Amtsgericht Idar-Oberstein ordnete am 19. Januar 2026 das vorläufige Verfahren an. Ziel ist der langfristige Erhalt des Unternehmens bei laufendem Geschäftsbetrieb. Das Management bleibt im Amt und wird durch Sanierungsexperten der Pluta Management GmbH unterstützt. Marcus Katholing tritt als CRO in die Geschäftsführung ein. Die vorläufige Sachwalterin Annemarie Dhonau überwacht das Verfahren. Rofu betreibt 104 Filialen in sieben Bundesländern; alle Standorte und der Online-Shop bleiben geöffnet. Die Gehälter der rund 1.970 Beschäftigten sind für drei Monate durch Insolvenzgeld gesichert. Gründe für die Sanierung sind ein schwaches Weihnachtsgeschäft, Konsumzurückhaltung, gestiegene Kosten und intensiver Wettbewerb. Strategisch setzt Rofu auf eine Stärkung des stationären Handels, Omnichannel-Verzahnung und effizientere Prozesse.
<https://www.rofu.de>
<https://www.pluta.net>

Vedes und Playmobil bauen Partnerschaft deutlich aus

Die Vedes Gruppe und Playmobil intensivieren ihre Zusammenarbeit, um den Spielwarenfachhandel gezielt zu stärken. Ab 1. Februar 2026 stellt der Vedes Großhandel ein vollständig kuratiertes Playmobil-Sortiment bereit, das zentral verfügbar ist und alle relevanten Preislagen abdeckt. Playmobil wird zudem in den Vedes Markenservice integriert, um Prozesse zu vereinfachen und Planungssicherheit zu erhöhen. Bereits zur Spielwarenmesse 2026 können Händler das Sortiment über den Vedes Großhandel ordern. Im Vedes Showroom nahe dem Messegelände wird Playmobil mit einem großflächigen Sonderaufbau präsentiert. Begleitet wird der Start durch aufmerksamkeitsstarke Einführungskampagnen, darunter eine DFB-Aktion zur Fußball-Weltmeisterschaft 2026. Ziel der Partnerschaft ist es, die Präsenz und den Abverkauf von Playmobil im Fachhandel nachhaltig zu stärken. <https://www.vedes.com>



Mattel gewährt Einblicke in Golden KPop Demon Hunters-Produktlinie

Mattel präsentierte auf der Spielwarenmesse Nürnberg eine neue Spielzeug- und Sammelkollektion zum Netflix-Erfolg KPop Demon Hunters. Die Produktlinie erscheint über das gesamte Jahr 2026 hinweg und umfasst verschiedene Kategorien wie Puppen, Actionfiguren, Spiele und Sammelobjekte. Dabei kommen mehrere bekannte Mattel-Marken zum Einsatz. Die Kollektion greift die Ästhetik, Musik- und Modeelemente sowie die Charaktere des Films auf und richtet sich an unterschiedliche Altersgruppen und Preissegmente. Ziel ist es, Fans neue Möglichkeiten zu bieten, sich spielerisch mit der Filmwelt und der Community zu verbinden. Weitere Produkte zur Marke sind im Laufe des Jahres 2026 geplant. KPop Demon Hunters ist exklusiv auf Netflix verfügbar. [Weitere Informationen](#)

Mattel Brick Shop und Hot Wheels erweitern Sortiment

Mattel erweitert die Mattel Brick Shop Speed Series um zwei neue Klemmbausteinsets in Zusammenarbeit mit Honda. Neu sind der Custom '90 Honda Civic EF und der '07 Honda S2000 im Maßstab 1:32. Die Sets richten sich an erwachsene Sammler, Auto-Enthusiasten und Klemmbaustein-Fans und zeichnen sich durch hohen Detailgrad, Metallkomponenten und vielfältige Individualisierungsmöglichkeiten aus. Präsentiert wurden die Modelle gemeinsam mit ihren Originalfahrzeugen, um die Präzision der Umsetzung zu unterstreichen. Mattel sieht in der Kooperation eine Erweiterung der Erlebniswelt rund um legendäre Fahrzeuge, Honda betont den authentischen Zugang zur Marken- und Ingenieurskultur. Weitere Informationen: [Mattel Brick Shop](#)

Lego: Mit neuen Technologien und Klassikern in die Zukunft

Die Lego Gruppe präsentiert mit Lego Smart Play ihre größte Produktinnovation seit 50 Jahren und zeigt erstmals das komplette Neuheitenportfolio für 2026. Zum Start erscheinen fünf Smart-Play-kompatible Star-Wars-Sets. Weitere Highlights sind Sets zur FIFA Fußball-WM 2026, zur Formel 1 sowie neue Produkte der Themenwelt Lego Ninjago (15-jähriges Jubiläum). Ergänzt wird das Portfolio durch den offiziellen FIFA-WM-Pokal als 1:1-Lego-Nachbildung (ab März 2026) und neue Lego Technic Sets. Zudem kündigt Lego die neue Themenwelt Lego Pokémon an, die ab 27. Februar mit bekannten Charakteren startet. Auch das Legoland Deutschland erweitert sein Angebot mit Deutschlands größtem Lego Shop. Ziel ist die Verbindung von physischem Bauen und digitalen Impulsen zur Förderung kreativen Spielens. <https://www.lego.com>



Kosmos setzt auf klare Marken- und Wachstumsstrategie

Kosmos startet 2026 mit Fokus auf starke Marken und Wachstum. Im Zentrum steht das zehnjährige Jubiläum von Exit – Das Spiel, einer der umsatzstärksten Brettspielmarken weltweit. Seit 2016 wurden rund 30 Millionen Spiele verkauft. Kosmos ist aktuell Nummer zwei im deutschen Spielemarkt. Wachstumstreiber sind internationale Märkte sowie Markenaktivierungen. Im Jubiläumsjahr plant Kosmos limitierte Editionen, Lizenzpartnerschaften und Events wie eine deutschlandweite Tour mit mobilem Escape-Room. Neue Produkte adressieren gezielt neue Zielgruppen, darunter New Adult. Auch im Segment Experimentieren bleibt Kosmos Marktführer und präsentiert mit der Robotic Flower ein innovatives Lernspielzeug, das Technik, Kreativität und Design verbindet.
<https://www.kosmos.de>

Playmobil definiert das Spiel von morgen

Playmobil präsentiert 2026 mit Playmobil hi! eine Weltneuheit, die klassisches Rollenspiel mit interaktiven Audio-Erlebnissen verbindet. Über einen tragbaren Backpack erhalten Kinder Geschichten, Sounds und Spielimpulse direkt im Spiel. Zum Marktstart im September 2026 im deutschsprachigen Raum erscheinen vier Spielwelten, international ab 2027. Zudem wird das erfolgreiche System Sky Trails weiter ausgebaut. Ein weiterer Schwerpunkt ist Fußball: Kooperationen mit DFL und DFB bringen Bundesliga- und Nationalmannschaftsfiguren in den Handel. Ergänzt wird die Strategie durch Markenpartnerschaften, unter anderem mit Mattel und WWE. Ziel ist es, neue Zielgruppen zu erreichen und zugleich die klassischen Playmobil-Welten weiterzuentwickeln.
<https://www.playmobil.com>

Ravensburger 2025: Wachstum im Kerngeschäft, Rückgang bei Sammelkarten

Ravensburger erzielte 2025 einen Umsatz von 744 Millionen Euro (minus 5,9 Prozent). Das Kerngeschäft mit Spielen, Puzzles und Büchern wuchs um drei Prozent, während sich das Sammelkartengeschäft nach starkem Start normalisierte. Besonders erfolgreich waren Puzzles für Erwachsene, Kartenspiele sowie tiptoi und GraviTrax. International wuchs Ravensburger unter anderem in den USA, Kanada und Osteuropa zweistellig. Disney Lorcana entwickelte sich zu einer langfristigen Säule. Strategisch setzt das Unternehmen verstärkt auf Events, Community-Formate und personalisierte Produkte. 2026 feiert der Klassiker Das verrückte Labyrinth seinen 40. Geburtstag mit neuen Spielvarianten und Kooperationen.
<https://www.ravensburger-gruppe.de>



Märklin: Mit Neukunden Herausforderungen begegnen

Märklin erzielte 2024/25 einen Umsatz von 119,2 Millionen Euro und blickt für 2025/26 optimistisch auf 120,5 Millionen Euro. Trotz Kaufzurückhaltung bleibt das Hobby Modelleisenbahn beliebt. Investiert wurde unter anderem in moderne Maschinen, IT-Systeme und energieeffiziente Technik an den Standorten Göppingen, Ungarn und Győr. Erfolgreich waren Kooperationen wie mit AC/DC zur Neukundengewinnung. Zur Spielwarenmesse 2026 präsentiert Märklin 244 Neuheiten über die Marken Märklin, Trix, Minitrix und LGB. <https://www.maerklin.de>

Simba Dickie Group bilanziert: Umsatzsteigerungen in Europa

Die Simba Dickie Group erzielte 2025 einen konsolidierten Umsatz von 690,8 Millionen Euro (minus 2,9 Prozent). Währungsbereinigt lag der Umsatz auf Vorjahresniveau. Umsatzsteigerungen in Europa (plus 3,3 Prozent) kompensierten Rückgänge in den USA, die durch hohe Zölle und die Abwertung des US-Dollars belastet waren. Europa macht 77 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Weltweit beschäftigte die Gruppe Ende 2025 rund 2.400 Mitarbeiter. Die Ertrags- und Finanzlage wird als solide bewertet. Für 2026 plant das Unternehmen bei stabileren US-Zöllen ein Umsatzwachstum auf 720,3 Millionen Euro. <https://www.simba-dickie-group.com>

Bruder Spielwaren schließt Jubiläumsjahr solide ab

Bruder Spielwaren erreichte 2025 im Jubiläumsjahr 50 Jahre Marke das Umsatzziel von 92 Millionen Euro (plus 2,7 Prozent). Belastend wirken hohe Energie-, Rohstoff- und Personalkosten sowie US-Zölle. Zusätzlich kritisiert das Unternehmen unkontrollierte Produktimporte aus Asien. Bruder investiert kontinuierlich in neue Produkte, Fuhrpark und energieeffiziente Produktion; für 2026 sind 16 Neuheiten geplant. Deutschland bleibt stärkster Absatzmarkt. Auf der Spielwarenmesse präsentierte Bruder Neuheiten und einen Sonderbereich zur Unternehmensgeschichte. <https://www.bruder.de>

Schmidt Spiele mit starkem Jahresergebnis 2025 – Umsatz um acht Prozent gewachsen

Schmidt Spiele steigerte 2025 den Umsatz um acht Prozent auf 61,5 Millionen Euro. Besonders stark wuchs der Puzzle-Bereich (plus 19 Prozent), gefolgt von Kinder- und Familienspielen sowie Plüsch und



Spielzeug (je plus sechs Prozent). Erfolgreich waren Klassiker wie Mensch ärgere Dich nicht, Kniffel sowie das Kinderspiel des Jahres 2025 Topp die Torte. Events und Meisterschaften stärken die Markenpräsenz. 2026 startet mit Neuheiten wie der Premium-Malset-Reihe My ArtNoble und weiteren Lizenzprodukten.

Moose Toys: Neue Führung in der DACH-Region

Moose Toys stellt die DACH-Region neu auf. Sabine Gärtner übernimmt als Marketing Director DACH die Gesamtverantwortung für Marke und Strategie, Florian Geis verantwortet als Sales Director DACH den Vertrieb. Beide sollen das starke Wachstum der vergangenen Jahre fortsetzen. Seit Aufbau der Direct-to-Retail-Strukturen 2020 wuchs Moose in der Region im vierstelligen Prozentbereich. Deutschland gilt als zentraler Wachstumsmarkt, unterstützt durch neue Launches wie Gui Gui im Frühjahr 2026. <https://www.moosetoys.com>

Thomas Fleuret neuer Sales Director DACH bei Kosmos

Thomas Fleuret ist seit 15. Januar 2026 neuer Sales Director DACH bei Kosmos. Er steuert den Vertrieb aller Produktkategorien im deutschsprachigen Raum und berichtet direkt an CEO Matthias Kienzle. Fleuret bringt langjährige Erfahrung aus Marketing und Vertrieb bei Procter & Gamble und Wella mit. Ziel ist es, die starke Marktposition von Kosmos weiter auszubauen und zusätzliche Wachstumspotenziale gemeinsam mit Handelspartnern zu erschließen. <https://www.kosmos.de>

Schleich GmbH: Carola Sturm neue Vice President Europe / APAC

Carola Sturm übernimmt ab 1. März 2026 die Position Vice President Europe/APAC bei Schleich. Sie folgt auf Patrick Greve, der das Unternehmen verlässt. Sturm war zuletzt Vice President Sales EMEA bei Britax Römer und kennt Schleich aus früheren Stationen. Ziel ist die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens in der DACH-Region sowie der Ausbau von Vertriebs- und Key-Account-Strukturen. <https://de.schleich-s.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