

Kids & Baby UNIVERSE

APRIL 2021



EEN NIEUW
LEGO® THEMA

VOOR IEDEREEN DIE DOL IS OP MUZIEK EN
DAAR GRAAG CREATIEF MEE BEZIG WIL ZIJN!

Verantwoordelijke uitgever: Erik De Ridder - Algemeenbevoegd: P904116 - Kids Universe - Verschijnt vier keer per jaar



LEGO, the LEGO logo and the Minifigure are trademarks of the LEGO Group.
©2021 The LEGO Group, NL

MUZIEK

VIDEO

MAKER



VIDIYO™

SMARTMAX[®]

1½-5
years

My First
Acrobats



+24
challenges



MAGNETIC



E D I T O

Beste lezer,

Eind maart kreeg de Belgische speelgoedsector opnieuw een stevige tik. Voor de derde keer moesten de zogenaamde niet-essentiële winkels in België de deuren sluiten. Het is te zeggen: ze mochten open blijven, maar klanten mochten enkel op afspraak en in beperkte aantallen ontvangen worden. Spontaan even de speelgoedwinkel binnenspringen was dus niet meer mogelijk. Maar opnieuw hebben de handelaars de rug gerecht. Alweer zijn ze de uitdaging aangegaan. Nadat ze eerder al een pak tijd en energie staken in het opzetten van webwinkels en afhaalssystemen, zorgden ze ook nu weer voor een oplossing om timeslots te boeken.

Een ander slachtoffer van het virus is de beurssector. De nieuwe opstoot en de trage vaccinatievoortgang in Europa hebben Spielwarenmesse eG doen besluiten om niet door te gaan met de aangekondigde zomereditie. Hoe zeer we er ook naar uitkeken om al die gezichten uit de sector nog eens te ontmoeten... dit is waarschijnlijk de enige juiste beslissing.

'Geluk bij een ongeluk'. Zo mag je de situatie van de fabrikanten van gezelschapsspellen wel noemen. De coronacrisis zorgde er immers voor dat families die thuis moesten blijven massaal spelletjes gingen

spelen. Deze fabrikanten hebben cijfermatig dan ook een prachtig jaar achter de rug. Op de volgende pagina's lees je hier alles over.

En dan was het ook nog even schrikken toen we allemaal live konden volgen hoe een containerschip een week lang een belangrijk stuk van de wereldhandel stillegde. Maar liefst 400 zeeschepen werden opgehouden aan het Suezkanaal, wat betekent dat ook heel wat speelgoed laattijdig zijn bestemming zal bereiken. Op dit moment is het nog afwachten of dit ook effectief grote gevolgen zal hebben op de winkelvloer, maar deze situatie stemt ons wel tot nadenken over de kwetsbaarheid van de logistieke keten. Wat als men niet één, maar drie of vier weken nodig zou hebben gehad om de Ever Given terug vlot te trekken?

In juli zijn we terug met een zomereditie, en met hopelijk een pak goed nieuws.

Veel leesplezier,

Jeroen Coteur
redacteur Kids & Baby Universe

I N H O U D

4. Iedereen rond de tafel! Spellenfabrikanten maken de balans op na een bijzonder jaar.

▲■● 17. Back To School 2021: Kleurrijke producten voor een nieuw – en hopelijk normaal

– schooljaar ▲■● 18. De strijd tegen onveilig namaakspeelgoed gaat voort ▲■● 20. Brio:

Frisse ideeën voor een klassiek spelconcept ▲■● 23. WildBrain CPLG: Brawl Stars en My Little

Pony kleuren 2021 ▲■● 25. LEGO stimuleert muzikale creatievelingen met VIDIYO ▲■●

28. Inside news: het laatste nieuws uit de Kids-sector

C O L O F O N

JAARGANG 8, APRIL 2021 NR. 30. Kids Universe is het vakblad voor de speelgoedhandelaars in de Belux, en de betere handelaars in Nederland en Frankrijk. OPLAGE: 5.500 exemplaren FREQUENTIE: driemaandelijks WEB: www.kids-universe.be VERANTWOORDELIJKE UITGEVER: Erik De Ridder - edr@eventbox.be HOOFDREDACTIE: Jeroen Coteur - jc@eventbox.be REDACTIE: Jeroen Coteur - Jacques Legros - Amandine Demal UITGEVERIJ: EVENT & EXPO BELGIUM | ATOMVELDSTRAAT 8 BUS 6, 9450 DENDERHOUTEM ART DIRECTOR: Ludivine Mottura SALES MANAGEMENT: Erik De Ridder - 0486 13 13 13 - Ine Vanbesien - 0472 90 06 17 TRAFFIC: Hilde De Ridder - hilde@hdr.be | COPYRIGHT: Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen, vermenigvuldigd of gekopieerd zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever.



IEDEREEN ROND DE TAFEL!

WE ZIJN HET ER ALLEMAAL OVER EENS. 2020 WAS EEN JAAR OM SNEL TE VERGETEN. MAAR OP BUSINESS-VLAK WAS HET NIET VOOR IEDEREEN EEN RAMPJAAR. PUZZELS EN SPELEN VLOGEN HET AFGELOPEN JAAR OVER DE - AL DAN NIET VIRTUELE - TOONBANK. KIDS UNIVERSE POLSTE BIJ EEN HANDVOL SPELENFABRIKANTEN NAAR HOE ZIJ HET AFGELOPEN JAAR HEBBEN ERVAREN EN WAT HUN VERWACHTINGEN ZIJN VOOR DE TOEKOMST.

HET GEZELCHAPSSPEL (HER)ONTDEKT

“Blijf in uw kot!”, dat was de duidelijke boodschap die in maart 2020 voor de eerste keer weerklonk. Activiteiten buitenshuis werden quasi allemaal geschrapt, en families zaten thuis met een pak extra tijd om te vullen. Het bleek de ideale cocktail voor een sterke ervaring van de spellenmarkt.

Arnaud Stryckwant (Asmodee): “De coronacrisis heeft geleid tot een toename van de vraag in verschillende categorieën van de markt: constructiespeelgoed, creatief speelgoed, puzzels en bordspellen. Consumenten moesten kinderen (jong en oud) bezighouden, en wat is er mooier dan een goed bordspel om een geweldige tijd aan tafel te hebben?”

Dave Vonk (Ravensburger): “Tijdens de coronaperiode is het thuis zijn en het samen dingen doen met het gezin natuurlijk sterk toegenomen. En spelletjes spelen is

daar een belangrijk onderdeel van. Wij zijn nu niet die pure spellenfabrikant, maar we zien wel dat er het afgelopen jaar gigantisch veel spellen verkocht zijn. Ook de vraag naar puzzels was het voorbije jaar exceptioneel, en dat was begin 2021 nog steeds het geval.”

Lindsay Carels (Megableu): “We merken dat families spellen hebben herontdekt. Samen spelen gaf kwaliteit en mooie momenten aan het familieleven. Familiemomentjes werden gecreëerd en meer en meer spellen werden besteld. Megableu heeft het goed gedaan en we zijn het jaar dan ook goed geëindigd. Voor het eerst in zo'n vijf jaar tijd zijn consumenten ook vroeger gestart met hun sinterklaasinkopen.”

EEN GOED RAPPORT BIJ ALLE FABRIKANTEN

Karina Zantinge (999 Games): “Wij zijn een van de weinige industrieën die het echt goed hebben gedaan tijdens deze crisis.

Mensen bleven meer binnen, ze gingen niet op vakantie, festivals gingen niet door... En men is dus massaal bordspelletjes gaan spelen. Vanaf maart 2020 hebben we een enorme boost gezien in onze omzet. In het begin zagen we dat puzzels heel erg populair waren, en geleidelijk aan trok dit zich ook door naar de klassieke spellen, en de snelle bordspelletjes. We hebben in België 50% groei gekend, en in Nederland was dit zelfs een verdubbeling van de omzet.”

Maarten Heerze (Goliath): “Ook Goliath heeft als wereldwijd concern de crisis tot op heden goed doorstaan. Een aantal regio's hadden en hebben het nog bijzonder zwaar, vooral het zuiden van Europa heeft hier last van. Maar in landen zoals de Verenigde Staten, Australië, het Verenigd Koninkrijk, België en Nederland werden er enorme groeicijfers genoteerd.”

Shemara Beekveldt (Jumbo): “De totale games- en puzzelindustrie heeft in 2020 een

D O S S I E R

groei van 13 % gekend. Vanaf week 12 in 2020 zien wij een piek in onze omzet. Mensen sloegen niet alleen wc-papier in, maar ook spellen en puzzels. De lockdown heeft mensen laten ervaren dat bordspellen spelen een leuke manier is om tijd met elkaar door te brengen. Het brengt leven in de brouwerij, zorgt voor mooie momenten waar nog over wordt nagepraat en je leert er ook nog eens wat van. Bovendien is het een gezellige activiteit die schermvrij kan plaatsvinden.”

Dany de Potter (Identity Games): “De coronacrisis heeft ervoor gezorgd dat het gamma “Puzzels en gezelschapsspellen”, waarin ook het gamma van Identity Games zich bevindt, enorm sterke cijfers heeft gerealiseerd in 2020. Tijdens de eerste coronagolf (april/mei) hebben wij onze verkoopcijfers BNL bijna verdubbeld vergeleken met dezelfde periode in 2019. De omzet steeg in de maanden april tot en met juni 2020 met 85% ten opzichte van dezelfde maanden in 2019. Tijdens de tweede golf zijn deze cijfers verder positief gebleven.”

PARTYSPELLEN EN IMPULSAANKOPEN KENNEN DALING

Niets dan positieve cijfers dus van de spellenfabrikanten. Maar welke spellen hebben het nu goed gedaan? En waren er ook spellen die wel onder de situatie hebben geleden?

Shemara Beekveldt (Jumbo): “Tijdens de coronacrisis heeft men allereerst teruggegrepen naar ouderwetse bordspellen. Het spelen van spelletjes versterkt de familieband, en speelt een belangrijke rol in de persoonlijke ontwikkeling en de mentale gezondheid van kinderen. Ook is de populariteit van puzzelen enorm toegenomen het afgelopen jaar. Waarbij puzzelen vroeger een ietwat oubollig imago had, is puzzelen nu hot onder verschillende doelgroepen. Ten slotte heeft ook ons educatieve segment een flinke boost gehad doordat leerlingen thuis kwamen te zitten. Ouders wilden op een educatieve maar speelse manier toch hun kinderen verder laten ontwikkelen. Een spel dat het in 2020 minder heeft gedaan is

de Rubik’s cube. Dit spel wordt vaak als ‘impulse buy’ meegenomen wanneer mensen aan het winkelen zijn. Door het sluiten van de winkels gebeurde dit natuurlijk minder snel.”

Dany de Potter (Identity Games): “Door de sluiting van de scholen tijdens de eerste golf, was er een enorme vraag naar educatieve spellen van ons gamma Squala, voornamelijk populair in Nederland. Daarnaast deden onze toppers van het gamma “Escape Room The Game” en onze preschoollijn van o.a. Nijntje en Bumba verstoppertje het enorm goed. Aan de keerzijde van het verhaal werd de verkoop van onze partyspellen richting eindejaar en de spellen voor grotere groepen getroffen door de sociale beperkingen en kleinere bubblen.”

EVERGREENS SCOREN STERK

Maarten Heerze (Goliath): “Bij Goliath zien wij een groei over de hele lijn. Allereerst hebben onze ‘golden oldies’ het goed gedaan.





42543



42536



42528



42407

Go to www.puppy.eu





De verkoop van Rummikub is verdubbeld, Sequence kende een stijging van +30%, en ook Triominos ging vooruit. Verder verkochten de spellen van Shit Happens bijzonder goed tijdens de lockdowns. En natuurlijk hebben ook de actiespellen bijzonder goed gescoord. Wij zien momenteel weinig non-performers in ons assortiment.”

Lindsay Carels (Megableu): “Onze focus lag vooral op familiespellen en kinderspellen. Maar kleine kindjes worden groot en ook de jeugd zat plots thuis. Dus ook de +16 en volwassen spellen hebben een grote boost gekregen. We denken dat de crisis niemand gespaard heeft en dat alle leeftijden getroffen werden. Iedereen moest zijn vrije tijd anders gaan besteden, dus zowel kinderspellen als klassiekers zoals onze Scrabble XL hebben het uitzonderlijk goed gedaan.”

Arnaud Stryckwant (Asmodee): “De verkoop via internet en click & collect is natuurlijk gestegen, waardoor de vraag naar klassieke spellen is toegenomen: Mens erger

je niet, Abalone, Ticket To Ride en natuurlijk Schaken. Dit laatste heeft natuurlijk ook te maken met het succes van de Netflix-reeks The Queen’s Gambit.”

Karina Zantinge (999 Games): “Wij zagen mooie resultaten voor veel van onze klassieke spellen zoals Catan en Carcassonne. Maar ook compacte spellen hebben een sterke groei gekend. Deze snelle dobbel- en kaartspellen zijn niet al te duur, en je kan ze makkelijk meenemen naar het park of naar vrienden.”

Dave Vonk (Ravensbruger): “Ook bij ons werden evergreens zoals Ramses en Doolhof erg goed verkocht. Maar ook nieuwere spellen zoals Minecraft bleken het afgelopen jaar erg in de smaak te vallen.”

WAT NA CORONA?

Met de lopende vaccinatiecampagnes hoopt iedereen dat de coronanachtmerrie met al zijn beperkingen over enkele maanden achter de rug is. Maar wat betekent dit voor de spellenfabrikanten? Staan zij voor een terugval van de verkoop, of kunnen ze juist profiteren van de aangegroeide fanbase?

Dany de Potter (Identity Games): “De verwachtingen voor 2021 zijn een groot vraagteken. Wat blijkt is dat zolang er maatregelen opgelegd worden die onze sociale bubbels klein houden en onze bewegingsruimte beperken, de vraag naar gezelschapsspellen en ander speelgoed hoog blijft, hoger dan een normaal jaar. Of deze trend zich staande houdt na de fameuze lockdowns, blijft de vraag.”

Shemara Beekveldt (Jumbo): “Natuurlijk zullen wanneer het “normale” leven terugkeert een hoop mensen weer teruggrijpen naar hun oude gewoontes. Toch denken wij dat er veel bordspelfans zijn bijgekomen. Wij verwachten dan ook dat de komende jaren de markt zal blijven groeien en voor meer innovatie gaat zorgen. Voor dat laatste zal wel een jaar extra nodig zijn, omdat er gedurende de coronaperiode minder spellen getest konden worden met groepjes spelers. Het aanbod van de spellenontwerpers was dus even wat magerder.”

BEZOEK ONZE VIRTUELE SHOWROOM OP
WWW.JACOB-COMPANY.COM



D O S S I E R

Arnaud Stryckwant (Asmodee): “Voor het komende jaar verwachten we nog steeds een toenemende vraag naar bordspellen, met opnieuw de grote klassiekers die het goed doen. Omdat er meer consumenten spelen, verwachten we ook dat de gaming-community zal groeien.”

BLIJVENDE WAARDERING

Maarten Heerze (Goliath): “De groei zal iets afvlakken, maar consumenten hebben in onze ogen de spellen weer helemaal teruggevonden. De categorie was al langere tijd stijgend en zeker door de lockdowns zijn gezinnen meer gaan spelen. Ik verwacht dat ons gedrag als consument niet voorgoed veranderd is, maar ik denk wel dat consumenten spellen meer zijn gaan waarderen, waardoor de markt sterk zal blijven.”

Lindsay Carels (Megableu): “Het is moeilijk om te voorspellen, maar het is goed mogelijk dat de consumenten de smaak te pakken te hebben en deze trend nog een tijdje zal aanhouden. Natuurlijk zullen we allemaal massaal weer onze familie en vrienden willen zien en terug op restaurant of café gaan. Maar de herontdekte familiemomenten zullen niet zomaar verdwijnen en we zullen op zoek gaan naar nieuwe leuke spellen. Hopelijk gaan de mensen hun ervaringen met de spellen delen en zo anderen overtuigen om bepaalde spellen te spelen. Want wat is er gezelliger dan een gezellige aperitief op het terras en samen spelen met vrienden en/of familie?”

Karina Zantinge (999 Games): “Er zijn het voorbije jaar zoveel mensen in aanraking gekomen met spellen, dat we denken dat – ook wanneer er terug events en concerten zijn – mensen een nieuwe hobby hebben ontdekt. Er zijn veel meer mensen van bordspellen gaan houden, dus wij zien

de toekomst positief in. We gaan ons met 999 Games ook nog meer toeleggen op de Belgische markt. Dus we verwachten daar toch wel een verdere stijging.”

DE BLIKVANGERS VOOR 2021

Of de enorme groei van de markt zich nu doorzet of niet, de spellenfabrikanten hebben alleszins een arsenaal aan leuke producten klaar om spellenfans ook in 2021 te verwennen.

Maarten Heerze (Goliath): “Wij zullen dit jaar een aantal aansprekende titels brengen met o.a. You’re On Mute / Doggie Doo - ook toepasselijk met hoeveel honden er vandaag de dag worden aangekocht. Verder zullen wij ons in België ook focussen op Sequence.”

Lindsay Carels (Megableu): “Voor de allerkleinsten brengen we het schattige spel Panda Fun op de markt, een spel met een grote aibaarheidsfactor. En voor dezelfde doelgroep lanceren we het grappige actie-spel Oma’s Woeste Waslijn. Verder lanceren we een party- en familiespel waar je moet tekenen met je neus: TekeNeus. Tenslotte brengen we een heel nieuw gamma voor de 18-plussers met ons nieuw merk: DGTL DETOX.”

Karina Zantinge (999 Games): “Een aantal spellen die het in Nederland goed doen, willen we dit jaar ook in België onder de aandacht brengen, zoals Keer op Keer en Regenwormen. Verder gaan we vooral blijven inzetten op kaart- en dobbelspellen. Ten slotte hebben we ook nog iets te vieren: Carcassonne bestaat dit jaar 20 jaar, en daarom lanceren we deze zomer een jubileumeditie.”

ESCAPE-TREND ZET ZICH DOOR

Dany de Potter (Identity Games): “Onze blikvanger dit jaar is hoogstwaarschijnlijk onze nieuwste telg van het “Escape Room The Game” gamma nl. de “Escape Room The Game: Puzzle Adventures”. Richting najaar 2021, laten we de kids vanaf 8 jaar kennismaken met hun eerste Escape Room ervaring, waar men op een coöperatieve manier, samen met het hele gezin, moet proberen te ontsnappen uit de eigen woning die omgevormd wordt tot een echte Escape Room.”

Shemara Beekveldt (Jumbo): “Wij hebben onze krachten van games en puzzels gecombineerd tot een nieuwe categorie spellen binnen ons assortiment: Escape Quest. Het doel van elke Escape Quest is simpel: er moet een deur geopend worden om in – of uit – een mysterieuze tempel, catacombe of labyrint te ontsnappen. Om de deur te openen moet er een raadselachtig en antiek slot worden ontcijferd. Los de puzzel en raadsels op en open de deur!”

Dave Vonk (Ravensburger): “Wij gaan dit jaar door met de succesverhalen van Minecraft en Villainous. Van dit laatste spel brengen we dit jaar bovendien een Marvel-versie op de markt. Een blikvanger voor de jonge kinderen is de Upside Down Challenge, een spel waarbij ze alles ondersteboven te zien krijgen.”

Arnaud Stryckwant (Asmodee): “Met de Loopy Loopers, hopen we een nieuw fenomeen te creëren dat de speelpleinen zal binnendringen. Het is een volgende evolutie van het “fidget”-speelgoed! Of je nu op zoek bent naar een zen-spinning-ervaring om je gefocust te houden terwijl je werkt of een leuke manier om je hoofd leeg te maken en jezelf uit te dagen, er is een Loopy Loper die perfect bij je past.”

playmobil®



**NIEUW
VANAF
21-05!**

HET ULTIEME DINO AVONTUUR BEGINT!

Op 21 mei komt één van de grootste releases van Playmobil uit! Dino Rise zit vol actie en spannende dinosaurusavonturen.

Met 6 spectaculaire speelssets komen de dinosauriërs weer tot leven met ieder hun eigen teamgenoot. Samen vechten ze tegen de kwaadwillende robots op zoek naar de magische stenen die hen toegang geven tot de dinowereld. Elke dinosaurus is voorzien van een multifunctioneel pantser, helemaal klaar voor de strijd! In september volgt de release van de Dino Rock, hét middelpunt van alle actie met licht- / geluids- en trilfuncties.

Een actieve speelwereld tussen goed en kwaad met een nét zo sterke marketingcampagne - dit mag je niet missen!



Indien u beeldmateriaal nodig heeft, kan uw contactpersoon u verder helpen.

+++ BELANGRIJK NIEUWS +++

**Bekijk nu ook de spannende Dino-serie!
Beschikbaar via ons YouTube-kanaal!**



Eureka!

Puzzles • Toys • Games

PUZZLE BOOKS

Met 8 geweldige thema's beginnen we aan een nieuw verhaal voor ons bedrijf.

Ontdek de mystieke wereld van eenhoorns en draken, droom over de mooiste kastelen, ga mee op schattenjacht met de stoerste piraten, ontdek sommige van de mooiste diersoorten die rondlopen, leer de geschiedenis van dinosaurussen en vliegtuigen of ontdek allerlei leuke weetjes over de insecten op deze planeet. Het boek start met 48 pagina's met de meest verbluffende beelden en unieke foto's over het thema.

En daar stopt het plezier niet!: Elk van deze 8 boeken beschikt over een stapel thematische kleurprenten voor uren kleurplezier. Een setje kleurstiften om te starten zit er alvast bij.

En nu komt het! Daarenboven zit er ook een 3D puzzel in het boek rond het thema. Anders was het geen 'puzzelboek' uiteraard! Die puzzelplaten kan je dan eerst weer inkleuren en pas daarna in elkaar steken. Dan is het helemaal jouw eigen project!

Leverbaar vanaf deze zomer.
Nederlandstalige én Franstalige versie verkrijgbaar.

8 thema's: Eenhoorns, draken, kastelen, piraten,
dieren, dinosaurussen, vliegtuigen en insecten.
Formaat A4

Advies VP: € 19.95

www.eureka-puzzle.eu





Identity Games lanceerde recent hun nieuw spel **"Escape Room The Game: Puzzle Adventures"**.

Met deze topper, wat een perfecte kruising is tussen een Escape Room en een legpuzzel, snijden ze een nieuw segment aan in hun reeds uitgebreid gamma van **"Escape Room The Game"**.

In het spel verken je een mysterieus huis en ontdek je stukje voor stukje de geheimen die het bevat. Speel het spel op je gemak, of zet de timer aan en probeer de beste score te halen.

Het spel is te spelen alleen of met zijn 2. De puzzelliefhebber maakt kennis met de wereld van **"Escape Room"** die

vandaag de dag aan populariteit wint, zowel bij 16+ als zelfs bij de kids vanaf 8 jaar.

Voor deze doelgroep, brengt Identity Games richting najaar 2021 tevens het Spel **"Escape Your House"** uit, een coöperatief spel voor de hele familie, waar je je eigen huis omtovert tot een echte **Escape Room!**

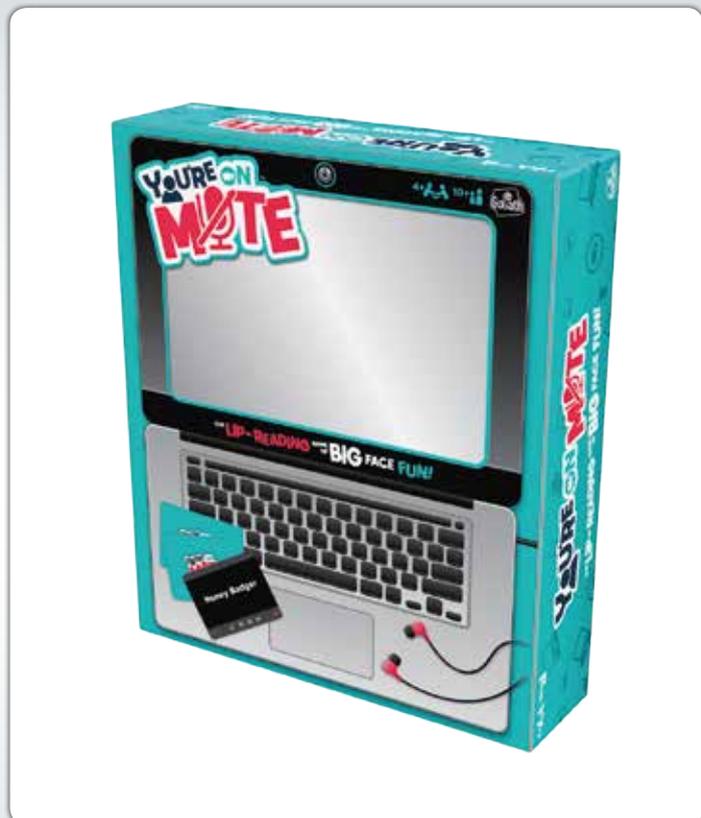


www.identitygames.com



'YOU'RE ON MUTE'

één van de zinnen die velen onder ons de laatste maanden zeker vaak gehoord of uitgesproken heeft. Heel herkenbaar dus. Een leuk spel waarin ieder om beurt 'muted' is en dus knotsgekke grimassen getrokken worden.



www.goliathgames.nl



NIJNTJE MONOPOLY

Al meerdere generaties zijn opgegroeid met het werk van Dick Bruna én met Monopoly. Extra leuk dus dat er een speciale editie van Monopoly verkrijgbaar is met de iconische illustraties van Dick Bruna. Koop het huis van Nijntje of Boris Beer en investeer in een paleis of vliegtuig. Het spel is geschikt voor Nijntje-fans vanaf 8 jaar.



identitygames.nl



EINDELIJK ZIJN ZE ER, DE FAMILIESPELLEN VAN DE BELGISCHE BORDSPELLENUITGEVER AMUZA!

In **CIRCUS** sturen spelers hun beste artiesten de arena in voor een optreden. Is jouw artiest beter dan de voorgaande, dan volgt er een oorverdovend applaus dat je punten oplevert. Circus is geschikt voor 2 tot 4 circusdirecteurs in spé, vanaf 8 jaar.

In **BUGZ** proberen 2 tot 5 spelers zoveel mogelijk insecten te verzamelen door de juiste lokkaarten te spelen. Maar de vele actiekaarten kunnen behoorlijk roet in het eten gooien. Een bijzonder leuk partyspel voor spelers vanaf 8 jaar vol onverwachte wendingen.

PIZZA is een tactisch spel voor 2 tot 4 pizzaiolo's vanaf 8 jaar, die proberen om de beste pizzastukken samen te stellen voor de veeleisende klanten. Boordevol tactiek en prachtige illustraties, Pizza is een spel waar de hele familie van zal smullen!

www.amuzagames.com - hello@amuzagames.com



BERENSTREKEN

Plaats de beer op het platform in het huis totdat je een klik hoort. Leg alle lekkernijen in de mand naast de grot... Zorg ervoor dat de deur dicht is.

Gooi de dobbelsteen om te bepalen hoe vaak je de beer moet porren (als je dat doet). Prik met je vinger in de beer het aantal keren dat op de dobbelsteen staat aangegeven. Als de beer niet wakker wordt, mag je het aantal lekkernijen dat de dobbelsteen aangeeft uit de mand nemen. Als de beer wakker wordt, moet de speler die hem wakker heeft gemaakt twee lekkernijen teruggeven. De speler die hem vangt, krijgt 1 extra beloning.



www.goliathgames.nl



MERKENMANIA

Zitten jullie er helemaal klaar voor? Trek dan een missiekaart. Daarop staat welk(e) logo(s) met de zuignappen gevangen moet(en) worden. Staat er een koe in het logo? Heeft het logo vier letters? Een automerk? Wees er snel bij!



www.goliathgames.nl



DIEDERIK DROL

Blaf van het lachen terwijl je je trouwe viervoeter zijn behoefte laat doen!



www.goliathgames.nl



NEXCUBE 3X3 CLASSIC

De Classic, de beginnerscube voor elke speler die ambitie heeft om het op te nemen tegen de snelsten. Deze cubus is zonder stickers, dus je MOET hem wel oplossen! Een stand is inbegrepen om je resultaat te showen.



www.goliathgames.nl



REACTION XPLODE

Dit innovatieve nieuwe spel staat garant voor actiereactie op topniveau. Bouw je eigen dominowerelden met extreme stunts. Inclusief kant-en-klare stunts zoals de Cube en Spinner.

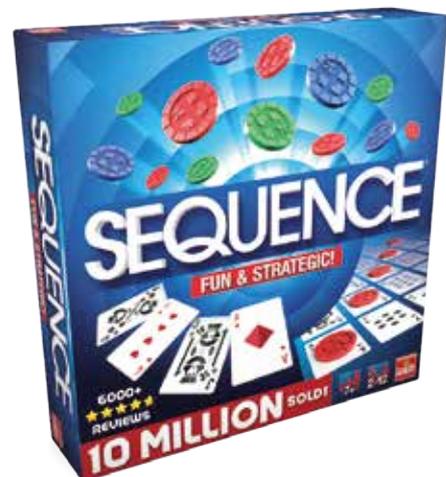


www.goliathgames.nl



SEQUENCE ORIGINAL

Alleen of in teamverband zul je strategisch je kaarten moeten spelen om je pionnen zo goed mogelijk op het bord te plaatsen. Om jezelf aan te vallen of te verdedigen? Een moeilijke keuze! Wacht op het perfecte moment om je boeren, de meesterkaarten van het spel, te onthullen. Vorm 2 lijnen van 5 pionnen van je kleur om het spel te winnen.



www.goliathgames.nl

Bixxs

Shampoo, conditioner, body boter, gezichtsreiniger. Allen als blok en slechts verpakt in een kartonnen doosje. Tandborstelkopjes die vervangbaar zijn, en welke je kunt terugsturen naar de fabrikant voor recyclage. Oorstaafjes van bioplastic en ga zo maar door!

De producten van Lamazuna zijn veganistisch, duurzaam en zetten je op de goede weg om je badkamer afvalvrij te maken. Én, gemaakt in Frankrijk.

Benieuwd naar Lamazuna? Neem dan contact met ons op!
We vertellen je er graag meer over.

www.bixxs.com | info@bixxs.com | +31 (0)6 48 08 86 27



■ BACK TO SCHOOL 2021

KLEURRIJKE PRODUCTEN VOOR EEN NIEUW – EN HOPELIJK NORMAAL - SCHOOLJAAR

NA TWEE GRONDIG VERSTOORDE SCHOOLJAREN HOOPT IEDEREEN DAT ALLES VANAF SEPTEMBER TERUG ZIJN GEWONE GANG KAN GAAN. OOK DE LEVERANCIERS VAN BOEKENTASSEN, RUGZAKKEN EN SCHOOLMATERIAAL REKENEN OP EEN NORMAAL VERLOOP VAN DE SCHOOLSE ACTIVITEITEN. WANT OUDERS KOPEN NATUURLIJK GEEN NIEUWE RUGZAK OF BOEKENTAS WANNEER HUN KIND THUISONDERWIJS MOET KRIJGEN... WIJ POLSTEN BIJ ENKELE BACK-TO-SCHOOL-SPELERS NAAR DE VERWACHTINGEN EN TRENDS VOOR HET NIEUWE SCHOOLJAAR.

BEPERKTE IMPACT DANKZIJ GUNSTIGE CIJFERS IN PIEKPERIODE

Als we terugkijken naar Back to School 2020, blijkt de impact van de coronacrisis enigszins beperkt. “De lockdowns en coronacrisis hebben relatief weinig impact gehad op de verkoop van de Back To School collectie”, zegt Evert Stroobant van Jacob Company. “Dat heeft ook vooral te maken met de periode waarin de verkoop piekt. In de zomer waren de cijfers gunstig en konden de kinderen ook effectief terug naar school. Naast de klassiekers zoals Minnie Mouse, Frozen, Paw Patrol, enz. deden ook de gaming licenties het erg goed. Met Minecraft, Super Mario en Fortnite beschikken we over drie sterke licenties waarvan we verwachten dat ze het ook in het komende seizoen goed zullen doen. Er zijn geen specifieke artikelen die het minder goed deden.”

“Tijdens de back-to-school-periode waren de winkels open en derhalve heeft de lockdown niet echt impact gehad”, zo vult Ann Janssens van Studio 100 aan. “Het succes van de back-to-school-artikelen van Studio 100 wordt positief beïnvloed door figuren

die op dat moment extra in de kijker staan. In 2020 hadden we geen specifieke figuur waarvoor dit het geval was, en we hebben dus een goed maar niet uitzonderlijk jaar gehad.”

STEEDS VAKER ONLINE

Toch was het niet helemaal business as usual, zo merkt Wouter van Tetering van Vadobag op. “Voor ons als wholesaler kwam de back-to-school-verkoop in 2020 later op gang. Er werd ook minder ingekocht omwille van de grote restvoorraden van het vorige jaar. Verder zagen we ook een grote verschuiving naar online klanten.” Een trend die ook bij Studio 100 wordt opgemerkt. Ann Janssens: “Wij zien ook een verschuiving van fysieke retail naar online retail voor back-to-school-artikelen, in lijn met de veranderingen in de hele non-food markt.”

AANBOD VOOR 2021

De leveranciers zijn momenteel druk in de weer om deze zomer een mooie line-up aan te bieden. “Naast de backpacks, schoolbags, en pencil cases zetten we komend seizoen ook sterk in op stationery”, zegt Evert Stroobant. “We willen een volledig gamma kunnen aanbieden van rugzakken met een

bijhorende pennenzak, maar ook een bijhorende map, notebooks en schrijfset. Vooral van de licenties die onder de noemer ‘gaming’ vallen verwachten we veel. Daarnaast zijn we ons volop aan het voorbereiden voor ons ‘On The Go’ verhaal zodat als straks de reissector terug openbloeit we de mensen kunnen laten reizen met leuke luggage en bijhorende beach bags, shopping bags en dergelijke.”

LICENTIES BLIJVEN BELANGRIJK

Bij Studio 100 heeft men dit jaar een belangrijke troef in handen om de klassen en speelplaatsen te veroveren. Ann Janssens: “Voor 2021 verwachten we veel van de Samson & Marie artikelen, vermits deze reeks heel goed aanslaat bij de jonge fans en we van Samson & Marie een ruimer assortiment aan producten brengen dan vorig jaar.”

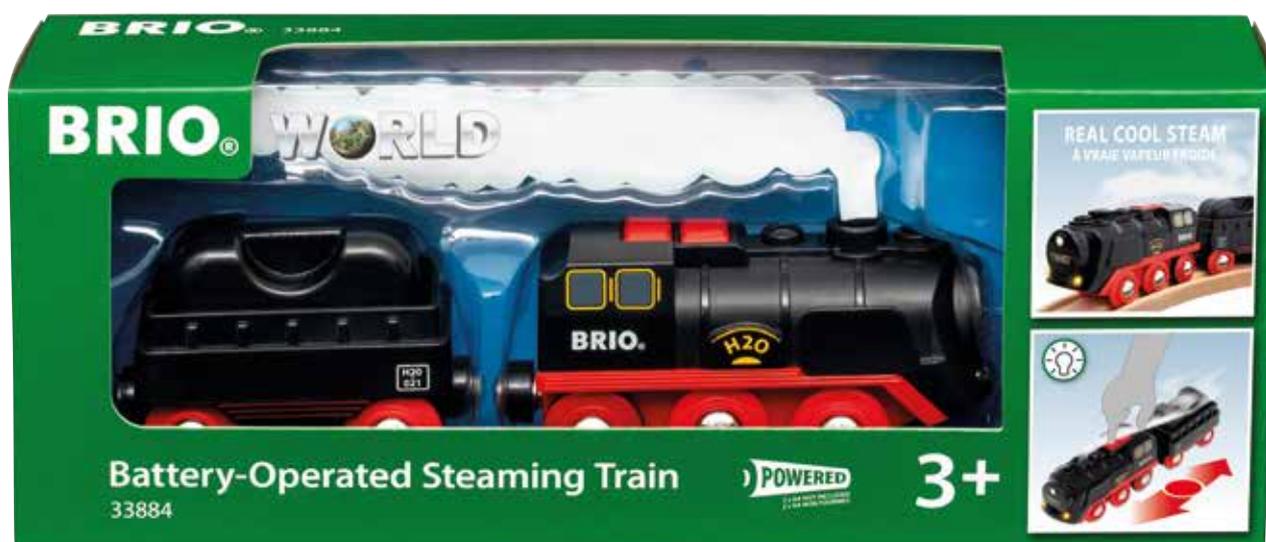
Vadobag heeft nog een paar andere sterke licenties. “Licenties die er momenteel uitspringen zijn Paw Patrol & Na!Na!Na! Surprise”, aldus Wouter van Tetering. “De Minions komen met nieuwe

T O Y S T O R Y

■ BRIO

FRISSE IDEEËN VOOR EEN KLASSIEK SPELCONCEPT

IN 2021 WIL BRIO VOORTBOUWEN OP DE BESTAANDE SUCCESVERHALEN VAN DE VOORBIJE JAREN. HET BRIO WORLD ASSORTIMENT WORDT UITGEBREID MET VERSCHILLENDE THEMATISCHE SPEELSETS, ER ZIJN NIEUWE ITEMS BINNEN DE TODDLER EN BUILDER SEGMENTEN, EN ER WORDT VERDER INGEZET OP TECHNOLOGIE BINNEN DE SMART TECH LIJN. DAVE VONK VAN RAVENSBURGER – DAT BRIO SINDS ENKELE JAREN ONDER ZIJN VLEUGELS HEEFT – VERTELT ONS WAT WE ALLEMAAL MOGEN VERWACHTEN.



SMART TECH MET TAL VAN INTERACTIEVE ELEMENTEN

Drie jaar geleden werd de treinwereld van Brio voor het eerst uitgebreid met zogenaamde Smart Tech elementen. Dankzij dit systeem komt de trein tot leven komt wan-

neer deze een bepaald punt passeert. "Smart Tech is in amper enkele jaren zeer populair geworden", aldus Dave Vonk. "Kinderen zijn gefascineerd door de geluidjes die worden afgespeeld wanneer de trein bijvoorbeeld door een tunnel rijdt. Het leert hen enorm

veel bij over actie en reactie. We zijn dan ook tevreden dat we deze lijn dit jaar weer met nieuwe sets kunnen uitbreiden."

Het Smart Tech Sound Treinservicestation is de plek waar de treinen van Brio World

T O Y S T O R Y

terecht kunnen voor een onderhoud of een grondige wasbeurt. "Bij het binnenrijden van het station heb je de keuze wat je wil doen. Met de wissel naar links kom je terecht in de wasstraat, waar je locomotief helemaal schoon geschrobd wordt. Kies je voor

rechts, dan beland je in het reparatiestation voor een eventuele herstelling. Of je kan ook gewoon rechtdoor gaan om verder te rijden. Elk van de drie opties gaan gepaard met bijhorende geluidseffecten."

Een andere nieuwe set is de Smart Tech Sound Reddingsactie Tunnel-kit, waarmee kinderen allerlei brandweerventuren kunnen beleven. "Deze set bestaat uit een bluswagon met ladder en afrolbare waterslag, een tunnel en een angstaanjagende vlam.



T O Y S T O R Y

Zowel deze brandweerset als het servicestation komen helemaal tot hun recht als ze gebruikt worden in combinatie met de Record & Play-locomotief, die zorgt voor aangepaste geluidseffecten. Ook de Smart Tech Sound-app helpt je om de omgeving nog meer aan je spel aan te passen."

BRIO WORLD MET EEN ÉCHTE STOOMTREIN

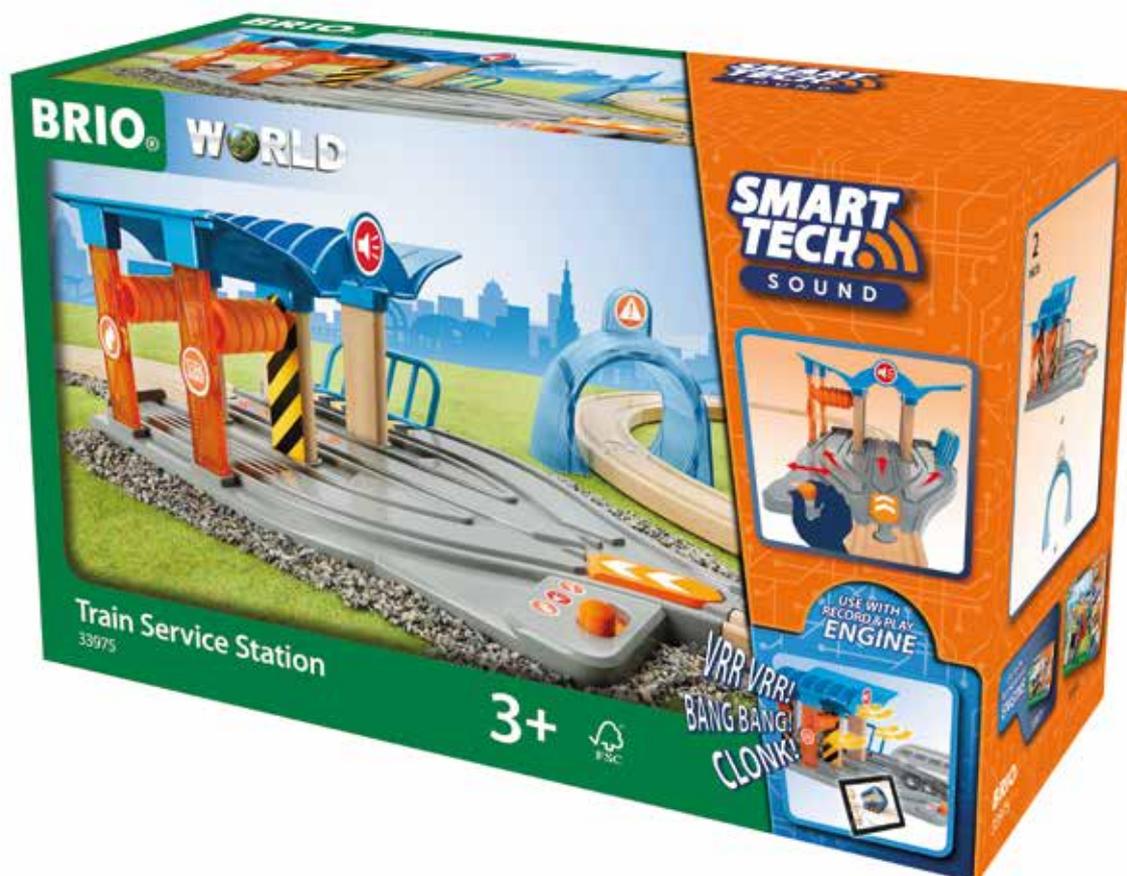
Ook de klassieke Brio World kent dit jaar een aantal leuke toevoegingen. "De opvallendste daarbij is ongetwijfeld de Steaming Train.

Je vult het reservoir van de locomotief met water, dat vervolgens wordt omgezet naar stoom om een prachtig stoomtreineffect te creëren. De wagon achter de locomotief kan gebruikt worden om een reservevoorraad water te vervoeren. Je drukt op de rode vooruit-knop boven op de locomotief, het licht gaat aan zodra de stoom opstijgt en je bent weer vertrokken naar een nieuwe bestemming."

Binnen het Brio World aanbod zijn de grotere treinsets ook altijd zeer geliefd. "Dit

voorjaar introduceren we een set met dieren uit de noordelijke delen van de wereld. Deze treinset is een schitterende manier om de wonderen uit de wilde natuur veilig te verkennen en meer te leren over de dieren in het wild. Op de top van de berg zit een vriendelijke bruine beer, het everzwijn zoekt voedsel in de grot en de machtige eland ploetert door het bos."

Ten slotte kunnen jonge treinfliefhebbers hun speelwereld ook nog aanvullen met een thematische speelmat. "Deze kleurrijke



T O Y S T O R Y



mat van 155 bij 120 cm bevat onder andere een luchthaven, een boerderij, een haven en een weelderig platteland. Ze is gemaakt van luchtig zacht schuim van 3 mm dik, niet toxisch en zeer makkelijk schoon te maken. Zodra je uitgespeeld bent, kan de mat worden opgerold en samengeknoopt om op te bergen tot de volgende keer.”

VAN PEUTER TOT 6+

Maar Brio is veel meer dan enkel Brio World en Smart Tech. Ook in de andere gamma's – van peuters tot 6+, blijft het merk innoveren. “In het Toddler-segment is de rode Play & Learn Action Racer een van de opvallendste verschijningen. Deze kleine racewagen voor kinderen vanaf 18 maanden is gebaseerd op het iconische design van de BRIO Race Car.

Met een druk op één van de vier knoppen sturen kinderen deze auto een bepaalde richting in. Zo leren ze al spelend omgaan met de principes van oorzaak en gevolg. Bij Brio Builder – onze lijn voor de creatieveling – verwelkomen we dan weer een set waarbij kinderen hun eigen auto met pullback-motor kunnen ontwerpen”, zo besluit Dave Vonk.

DE STRIJD TEGEN ONVEILIG NAMAAKSPEELGOED GAAT VOORT

WIE REGELMATIG EEN KIJKJE NEEMT OP EEN ONLINE MARKTPLAATS, ZAL HET AL WELEENS ZIJN TEGENGEKOMEN. EEN MOOIE GROTE SPEELGOEDDOOS, DIE LIJKT OP HET A-MERK, AAN EEN BIJZONDER LAGE PRIJS. MAAR DE WIJZE RAAD "ALS HET TE MOOI IS OM WAAR TE ZIJN..." IS OOK HIER VAN TOEPASSING. WANT MET EEN GROTE WAARSCHIJNLIJKHEID HEB JE TE MAKEN MET EEN MINDERWAARDIGE VERVALSING.



Je kan misschien denken dat zulk speelgoed misschien een gelijkaardige speelwaarde biedt voor een veel lagere prijs, maar de gebrekkige kwaliteit van namaakartikelen kan ervoor zorgen dat de veiligheid van het kind in gevaar komt. En als er iets fout loopt, zijn de schimmige firma's die verantwoordelijk zijn al lang nergens meer te bespeuren. De reputatie van de gekopieerde fabrikanten wordt besmeurd, bedrijven verliezen inkomsten aan malafide spelers en kinderen worden in gevaar gebracht. De sector heeft er dus alle belang bij dat de strijd tegen namaakspeelgoed wordt opgedreven. Het zijn de vakassociaties die hier een belangrijke rol kunnen spelen. In de Verenigde Staten heeft de Toy Association deze rol nadrukkelijk op zich genomen.

URGENTER DAN OOI

Legitiem speelgoed dat door verantwoordebedrijven wordt verkocht, is vandaag de dag veiliger dan ooit, dankzij een robuust

netwerk van strenge veiligheidsnormen. Tegelijkertijd moeten we vaststellen dat speelgoed dat niet aan de eisen voldoet, en wordt aangeboden door illegale verkopers, nog steeds op onlinemarktplaatsen wordt aangetroffen. Nu de COVID-19-pandemie de trend van online winkelen versnelt, is de strijd tegen onveilig namaakspeelgoed dat via e-commerceplatforms wordt verkocht, urgenter dan ooit. Dit probleem heeft dan ook de hoogste prioriteit voor de U.S. Toy Association en haar 1.000 aangesloten bedrijven.

STAPPEN VOORUIT

"De Toy Association en onze leden hebben voortdurend gepleit voor het verwijderen van illegaal nagemaakt speelgoed en spellen van online marktplaatsen", aldus Steve Pasierb, voorzitter en CEO van de Toy Association. "Onze gecoördineerde acties hebben bijgedragen tot een aantal belangrijke stappen vooruit, zoals de invoering

van een wetgeving die duidelijke eisen stelt aan marktplaatsen en verkopers. Verder is er de publicatie van een rapport van het Department of Homeland Security waarin veel van onze voorgestelde oplossingen zijn opgenomen. En ten slotte zien we een betere coöperatie, communicatie en samenwerking met grote online marktplaatsen."

OVERLEG MET DE POLITIEK

Te midden van de pandemie organiseerde The Toy Association een virtueel forum waar leden meer dan twee dozijn vertegenwoordigers van congresleden konden ontmoeten en speciale presentaties konden horen over belangrijke stukken van de Amerikaanse wetgeving die helpen de golf van illegale vervalsingen die online worden verkocht aan te pakken. Personeelsleden van de Toy Association hebben in het verleden ook al voor het Congres getuigd en deelgenomen aan een rondetafelgesprek met topfunctionarissen van het Witte

TOY SAFETY

Huis om alarm te slaan over deze urgente kwestie, die echt wel een prioriteit is voor de speelgoedgemeenschap.

NAMAAK IN KAART GEBRACHT

In december 2020 bracht de Toy Association haar tweede whitepaper uit over dit onderwerp: "Taking Fake Toys Offline: A 2020 Focus on Proactive Measures to Reduce Counterfeits and Unsafe Toys Sold on Online Marketplaces". Het rapport schetst de belangrijkste factoren die bijdragen aan de toename van vervalsingen en vermeldt proactieve, multi-stakeholder oplossingen voor het probleem, waaronder een betere samenwerking tussen online marktplaatsen, wetgevers, leden van de Toy Association en consumenten. De whitepaper onthult ook opkomende trends die van invloed zijn op het probleem, zoals de toegenomen afhankelijkheid van online winkelen, de verspreiding van social media marktplaatsen, gerichte advertenties en de groei van neprecensies en valse winkels.

ENQUÊTE EN SENSIBILISERING

In de aanloop naar het seizoen van de kerstinkopen richtte de Toy Association haar aandacht op het voorlichten van consumenten over hoe ze namaakspeelgoed dat online wordt verkocht, kunnen herkennen en vermijden. In een nationale enquête werden 1.000 Amerikaanse ouders ondervraagd over hun plannen voor het kopen van cadeaus en hun kennis omtrent vervalsingen. Dit leverde ook de nodige media-aandacht op, zodat ouders en andere opvoeders eraan herinnerd werden hoe ze vervalsingen en speelgoed dat geschikt is voor een bepaalde leeftijd kunnen herkennen. Op basis van de enquête werd een artikel met tips voor veilig winkelen in meer dan 1000 gedrukte en online publicaties in het hele land geplaatst. Onlangs verscheen Joan Lawrence, Senior Vice President of Standards and Regulatory Affairs van The Toy Association in televisieuitzendingen om de zorgen omtrent namaakspeelgoed te bespreken. Deze videofragmenten kunnen

worden bekeken op het YouTube-kanaal van The Toy Association (www.Youtube.com/TheToyAssociation.)

DE STRIJD GAAT VOORT...

"In 2021 zullen de Toy Association en onze leden onze inspanningen ter bestrijding van namaak richten op de gebieden met de grootste impact – met name werken aan de federale wetgeving, de consument bewust maken van de veiligheidsrisico's die gepaard gaan met het kopen van namaakspeelgoed, en samenwerken met verschillende overheidsinstanties om hen op te leiden en te trainen in het opsporen en tegenhouden van vervalsingen die de Verenigde Staten binnenkomen", zo besluit Steve Pasierb.

Meer informatie over The Toy Association en haar werk om de speelgoedindustrie te beschermen en te promoten vindt u op www.ToyAssociation.org.




OUTDOOR
PLAY

Hij is er, de nieuwe catalogus!



Bekijk de catalogus op onze webshop!


VAN DER MEULEN
TOYS | LEISURE | OUTDOOR

Van der Meulen
Lorentzstraat 23 | 8606 JP Sneek
T +31 (0) 515 435 635
E info@vandermeulen.com

vandermeulen.com

Megableu lanceert het merk **DGTL Detox**,
een **collectie van partyspellen** voor **18+**!

DGTL[®]
DETOX

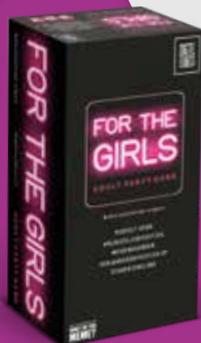
Nieuw!




baby boomer bingo

Onze klassiekers,
nu ook voor 18+

WHAT DO YOU MEME,
de nummer 1 in
PARTY GAMES



Het generatiekloof
overbruggende
partyspel!



Voor meer informatie: admin@megableu.eu

www.megableu.com

LEGO STIMULEERT MUZIKALE CREATIEVELINGEN MET VIDIYO

OP TELEVISIE, OP STRAAT, ONLINE... DE VOORBIJE WEKEN HEB JE NIET LANGS DE LANCERING VAN LEGO VIDIYO KUNNEN KIJKEN. MET DEZE NIEUWE SPEELERVARING KUNNEN JONGE CREATIEVELINGEN NAAR HARTENLUST EXPERIMENTEREN OM DE COOLSTE VIDEO'S TE MAKEN BINNEN EEN MUZIKALE LEGO OMGEVING.

Met LEGO VIDIYO begeeft de Deense speelgoedfabrikant zich voor het eerst op het terrein van de muziekwereld. En daar heeft het een goede reden voor. Muziek en creatief spel zijn fundamenteel in het leven van kinderen, zo blijkt uit onderzoek van zowel de LEGO Group als Universal Music Group: 89% van de ouders zegt dat muziek helpt bij de ontwikkeling van creatieve vaardigheden, terwijl 83% aangeeft dat het helpt om vertrouwen op te bouwen (LEGO Play Well Study 2020). 74% van de 5- tot 12-jarigen zegt dat muziek hen helpt om contact te maken met vrienden, terwijl meer dan de helft van de kinderen van 6 tot 10

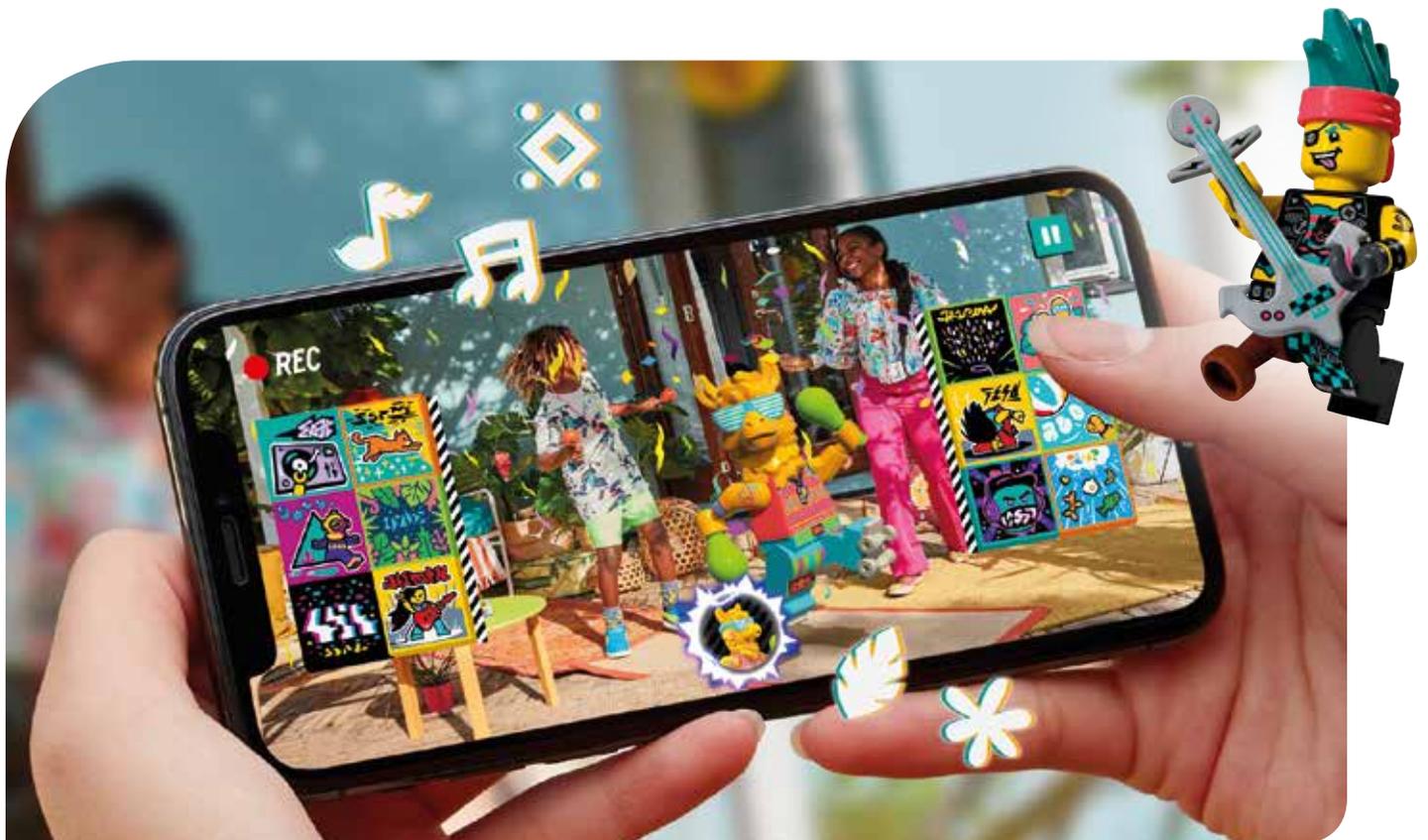
jaar bevestigt dat ze elke dag naar muziek luisteren (Studie UMG Music 2019).

"We willen de verbeelding van de volgende generatie stimuleren door kinderen een gloednieuw podium te bieden om zich creatief uit te drukken", aldus Julia Goldin, Chief Marketing Officer van de LEGO Group. "Uit onderzoek blijkt dat meer dan driekwart van de ouders wereldwijd wil dat hun kinderen meer creatief zelfvertrouwen zouden ontwikkelen. LEGO VIDIYO is er om alle kinderen met een passie voor muziek te helpen hun creativiteit de vrije loop te laten in het LEGO bouwproces en door muziekvideo's te

maken. We kunnen niet wachten om te zien waarmee ze op de proppen komen!"

FYSIEK & AR

VIDIYO brengt dus creativiteit, muziek en de LEGO wereld samen in één product. Maar hoe werkt het nu precies? VIDIYO draait om het combineren van fysieke LEGO elementen met de beste AR-technologie. Het omvat drie belangrijke elementen: een compleet nieuwe app, minifiguren die door middel van augmented reality tot leven komen en de 'BeatBits'-special effects die zorgen voor een eindeloze combinatie aan bewerkingsopties. Alles begint in de app, waar je



T O Y S T O R Y



eerst een keuze maakt uit de vele nummers van een breed scala gevestigde artiesten – zowel hedendaagse hitlijst-toppers als welbekende klassiekers. Bij de lancering zijn er 30 wereldwijde en lokale nummers uit de enorme bibliotheek van Universal Music Group beschikbaar. Vanaf de lancering zullen er tweewekelijks nieuwe nummers aan de app worden toegevoegd.

TAL VAN EFFECTEN DANKZIJ DE BEATBITS

Vervolgens stel je een band samen uit een levendige collectie minifigures die je zelf vormgeeft en tot leven brengt met de AR-technologie in de LEGO VIDYO app. Door middel van BeatBits, scanbare elementen in de LEGO VIDYO-app, ontgrendel je speciale digitale effecten waarmee je de muziekvideoproducties kan personaliseren.

Videomakers kiezen uit een heel pak aan visuele effecten zoals bling-bling effecten, confettidouches of X-ray-zicht, en kunnen daarnaast ook audio-effecten selecteren zoals DJ-scratching, een hoge muizenstem of een saxofoonsolo. Daarnaast zitten er ook leuke typische moves en gimmicks in, zoals breakdancen of surfen op een haai. De beschikbare songs zijn allemaal geprogrammeerd om perfect te combineren met alle BeatBits.

Ten slotte kies je ook je podium. In het park, in de slaapkamer of in een setting met LEGO stenen: LEGO VIDYO muziekvideo's kunnen zich werkelijk overal afspelen. In slechts drie seconden scant de app je locatie en begint het aftellen naar de productiefase. Door naar wens BeatBits te selecteren, nemen kinderen de creatieve controle over hun

eigen muziekvideoproductie, en halen hun beste dansmoves boven in een schitterende performance van 60 seconden. Deze video kan dan later worden ingekort tot deelbare clips van 5, 10, 15 of 20 seconden. Deze clips worden vervolgens geüpload naar de app-feed.

DELEN OP EEN VEILIGE MANIER

Uiteraard staan kinderen te popelen om hun eigen creaties ook te delen. LEGO zorgt er echter voor dat dit op een uiterst veilige manier gebeurt. "Natuurlijk kunnen kinderen hun video's delen", zo vertelt Erlijn Heuten, Brand manager Benelux bij LEGO. "Omwille van de veiligheid kan dat alleen binnen de app, met andere VIDYO gebruikers. Tevens blijft de anonimiteit van kinderen gewaarborgd omdat gebruik wordt gemaakt

T O Y S T O R Y

van 'avatars' en door de app gegenereerde gebruikersnamen. Alle content wordt bovendien gecontroleerd door een moderator en ook de ouders kunnen via een dashboard de controle behouden over wat hun kind deelt en ziet. Muziekvideo's waar kinderen zelf een rol spelen, zullen niet goedgekeurd worden voor het uploaden in de sociale feed, maar kunnen lokaal in de app worden opgeslagen en vervolgens persoonlijk aan vrienden of familieleden getoond worden."

NIEUWE LEGO SPEELERVINGEN VIA VERRASSEDE SAMENWERKINGEN

VIDIYO lijkt op het eerste zicht een atypisch LEGO product. Maar toch is het LEGO DNA natuurlijk aanwezig. "De LEGO steen zal altijd de kern van onze focus zijn", zegt

Erlin Heuten. "En dat is ook bij VIDIYO het geval, waarin we de minifiguren en LEGO elementen op een speelse manier in de speelervaring hebben geïntegreerd. Uiteraard willen we ons ook blijven vernieuwen met samenwerking om fans over de wereld te blijven enthousiasmeren. Al onze samenwerkingen zijn zorgvuldig geselecteerd, gebaseerd op gemeenschappelijke waarden en met als doel het tot leven brengen van de LEGO speelervaring via nieuwe, verrassende platformen. Deze samenwerkingen stellen ons in staat om nieuwe doelgroepen te bereiken met onze speelervaring. Bij alles wat wij introduceren, staan onze merkwaarden aan de basis, en zo ook hier. We zijn altijd op zoek naar manieren om de creatieve ontwikkeling van kinderen nog beter te ondersteunen. En in het geval van VIDIYO, stelt deze speelerva-

ring kinderen in staat om nieuwe manieren van zelfexpressie te ontdekken door middel van hun passie voor muziek."

UITGEBREIDE ONDERSTEUNING VIA TAL VAN KANALEN

In 2021 zal je moeilijk naast VIDIYO kunnen kijken, want LEGO zal het nieuwe merk uitvoerig in de kijker zetten. "VIDIYO is de belangrijkste lancering van LEGO in 2021 en dat betekent dat er een grootse publiciteits- en marketingcampagne is opgezet die het hele jaar door loopt. Daarvoor worden alle beschikbare kanalen ingezet: online, tv-commercials (voor de ouders), print-advertising én sponsoring bij The Voice, dat afgelopen maand is gestart", zo besluit Erlin Heuten van LEGO.



Inside News

N E W S ▲ F R O M ■ T H E ● S E C T O R

SPIELWARENMESSE BRANDNEW KRIJGT EEN UITSTEKENDE REACTIE VAN DE INDUSTRIE



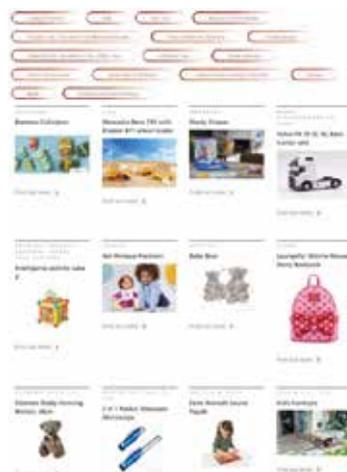
De digitale dienst Spielwarenmesse BrandNew biedt sinds 25 januari gerichte informatie over de innovaties en trends van dit jaar in de speelgoedsector.

Het vooruitstrevende format werd positief onthaald door professionals uit de industrie. Alleen al in de eerste vijf dagen registreerde de organisatie 55.442 bezoekers en meer dan 400.000 acties op zijn website. Met name tijdens de lanceringsweek maakten bedrijven ook gebruik van de social

media kanalen van Spielwarenmesse om hun innovatieve producten op de internationale markt te presenteren.

Het platform toont alles, van start-ups tot grote marktspelers, en wordt gekenmerkt door diversiteit. Meer dan 300 bedrijven uit de hele wereld presenteren momenteel meer dan 4.000 nieuwe en verdere ontwikkelingen - met productbeschrijvingen, afbeeldingen, videomateriaal en contacten - op www.spielwarenmesse.de/en/brandnew. Dit betekent dat bezoekers van de website uit de eerste hand input krijgen van de bedrijven zelf.

www.spielwarenmesse.de/en/brandnew



FIESTA CRAFTS: HET SPEELGOED DAT TOT DE VERBEELDING SPREEKT

Fiesta Crafts - het speelgoed dat tot de verbeelding spreekt - is vanaf nu ook bij Bouhon te verkrijgen. Dit prachtig speelgoed wordt al meer dan 30 jaar met veel passie gemaakt om de verbeelding, de creativiteit en het fysieke en mentale leren van kinderen te stimuleren.

Kinderen groeien zo al spelend op tot creatieve en bedachtzame volwassen mensen. "Een topper dus, die niet in ons assortiment mocht ontbreken", zo klinkt het bij Bouhon.

www.bouhon.net



SMARTMAX MY FIRST ACROBATES



SmartMax is kleurrijk en bovendien veilig magnetisch constructiespeelgoed voor de kleinsten onder ons. Nieuw in het gamma: de SmartMax My First Acrobates!

Met 6 veelkleurige vormen kun je een vierkant, driehoek en cirkel bouwen... Als je deze vormen gaat mixen en de metalen ballen toevoegt, verschijnen de coolste acrobatische figuren. Creëer je eigen acrobatische structuren of probeer de structuur te bouwen zoals op één van de opdrachtkaarten.

De rode basis heeft een metalen oppervlak wat de nodige stabiliteit geeft bij het bouwen van de acrobatische constructies.

www.smartmax.eu

WE MIGHT BE TINY – BUT WE THINK BIG



Het Australische merk We Might Be Tiny biedt een enorm assortiment eetgerei aan voor de kleintjes, waaronder snackcontainers, placemats, slabbetjes, rietjes, bordjes, etc....

De bordjes en kommetjes zijn voorzien van een zuignap. Dus lekker zonder geknoei en gedoe de kleine het allemaal zelf laten doen. Gemaakt van siliconen. Geschikt voor vaatwasser, oven en diepvries. Dus of je nu een ijsje wilt maken of een cake... Het kan allemaal! We Might Be Tiny is verkrijgbaar bij BIXXS

www.bixxs.com

NIEUW VAN LITTLE DUTCH!

Samen met de ontwerpers van Little Dutch ontwikkelt Van der Meulen diverse leuke artikelen, perfect afgestemd op de verschillende productlijnen van Little Dutch.

Aanstaande ouders kunnen het kinderkamertje of de speelhoek in de woonkamer dus inrichten met zowel speelgoed als woninginrichting in hetzelfde thema. Nieuw in 2021: een prachtige Retro loopauto in olijfgroen, Little Goose badbekers en badboekje, en een speelset met blokken en ballen in het Ocean thema.

www.vandermeulen.com



BABY BITES



De collecties van Baby Bites zijn het resultaat van twee Spaanse ontwerpsters, opgestart in 2013. Hun producten toveren onmiddellijk een glimlach op je gezicht. Hun succes? Een vleugje humor en een positieve instelling!

De artikelen zijn origineel en grappig, kwalitatief en functioneel. De haaienzak is uitgegroeid tot het handelsmerk van Baby Bites en is verkrijgbaar in vier formaten (van newborn tot volwassen). Handgemaakt in Barcelona en Portugal.

www.malin-agency.be

HET DOBBELSPEL HERBEKEKEN DOOR TINY MAGIC!

Maak de regels op terwijl je speelt, en laat je leiden door de prentjes. Je kan hem zo gebruiken of je kan hem in de CarPet schuiven waar de auto's dan als pionnen dienen! Zo klein en praktisch om overal mee naar toe te nemen en geen wachtmoment met verveling meer!



www.tinymagic.be

RHOMBUS VLIEGERS: NIEUWE DESIGNS!

Onder het eigen merk Rhombus brengt Van der Meulen een eigen collectie vliegers & vliegend speelgoed op de markt. Bij het samenstellen van dit assortiment wordt altijd rekening gehouden met de actualiteit: een groot deel van de designs is vernieuwd.

De collectie bestaat uit kleurrijke één- en tweelijns kindervliegers, stoere stuntvliegers, fraaie matrassen, accessoires en vliegend speelgoed.

www.vandermeulen.com



BABY SHOWER GLOVE BIJ INVENTED4KIDS

De Baby Shower Glove zorgt voor een betere grip op je baby tijdens het douchen.



Het is heerlijk om samen met je baby te douchen. Alleen is een baby onder de douche behoorlijk glibberig. Hiervoor heeft Invented 4 Kids de Baby Shower Glove ontwikkeld, een speciale washand die je onderarm helemaal bedekt en die stroef wordt zodra hij nat wordt.

Dit zorgt voor een betere grip op je baby. Zo kun je optimaal genieten van je baby tijdens het douchen! De Baby Shower Glove is gemaakt van een mooie kwaliteit biologische katoen. De verschillende designs zijn allemaal dieren die in het water leven. Het is een ideaal geboortecadeau!

www.invented4kids.nl - www.malin-agency.be

MATTEL EN MILESTONE ONTHULLEN HOT WHEELS UNLEASHED™

De gloednieuwe, spectaculaire arcade-stijl race-ervaring met Hot Wheels-auto's en wervende tracks scheurt dit jaar naar consoles en pc's. Gamers kunnen naar hartenlust driften, bootsen, jumpen en crashen op de iconische oranje tracks van Hot Wheels in diverse Single Player-modes. Daarnaast kunnen spelers het opnemen tegen hun vrienden in multiplayer-races, zowel online als offline, dat laatste op een gesplitst scherm.



Hot Wheels Unleashed laat spelers racen met de auto's waar ze als kind mee speelden. De game biedt spectaculaire races, een uitgebreide keuze aan Hot Wheels-voertuigen met verschillende eigenschappen en zeldzaamheidsniveaus, de mogelijkheid om auto's aan te passen met verschillende skins, en adembenemende tracks op alledaagse locaties, inclusief speciale baanstukken en interactieve items. De game bevat ook een revolutionaire Track Editor waarmee spelers tracks in elke game-omgeving kunnen maken, om deze vervolgens te delen met de community van de game.

Het Hot Wheels Singles-assortiment werd onlangs uitgeroepen tot de 2020 Global Best-Selling Toy of the Year, volgens de NPD Group.* Fans kunnen het merk, dat in 1968 debuteerde, ervaren via speelgoed, consumentenproducten, content op YouTube en evenementen, zowel live als virtueel.

www.facebook.com/HotWheelsUnleashed/

DIEREN, KLEUREN, WOORDJES EN PLEKKEN SPELENDERWIJS ONTDEKKEN

Zolang de wereld een beetje op slot zit, komen creatieve alternatieven des te meer tot hun recht. De nieuwe voorjaarsproducten door VTech gemaakt, spelen in op ontdek & leer. Thuis, op de achterbank of tijdens een logeerpartijtje bereiden kleintjes van 1 tot 5 jaar, zich spelenderwijs voor op al het moois waarmee ze straks mogen kennismaken.

Met Mijn Eerste 100 woordjes Leuke Plekken ontdekken ze de bakkerij, school, het restaurant en zelfs een museum. Interactief en speels, waardoor het nóg leuker wordt straks live te gaan. Met een druk op de ster-toets activeer je de vrolijke liedjes en de slimme taalswitch (Ned/Eng) is speciaal voor kleintjes die tweetalig worden opgevoed.

Ook nieuw en voor toekomstige stoere rangers is de Klik & Klaar Camera waarmee ze zelf foto's van dieren 'maken' en daar spelenderwijs, met de bijgeleverde fotokaarten, van alles over leren. Met een draai aan de lens leren ze eveneens tegenstellingen, zoals het verschil tussen dag en nacht. Uitdaging en plezier verpakt in een stoere camera die ook nog eens spelletjes en liedjes deelt. Klik & Klaar!



www.vtech.nl

MONOPOLY RODE DUIVELS



Deze unieke uitgave biedt de uitgelezen kans om het nationale voetbalelftal beter te leren kennen! Het spel wordt niet toevallig deze zomer uitgebracht tijdens het EK.

Deze officiële Monopoly uitgave, onder erkende licentie van Hasbro, blijft trouw aan het originele spelconcept: kopen en verkopen, maar dan met een duivels jasje. Uiteraard zal de doos bulken van de internationale toppers. Met onder meer Lukaku, De Bruyne, Hazard en Witsel zijn spelers uit de grootste Europese competities vertegenwoordigd, samen goed voor een geschatte transferwaarde van meer dan 350 miljoen euro. Dit moet daarmee één van de duurste Monopolycovers ooit zijn.

Alle straatjes uit het klassieke Monopoly-spelbord worden in deze editie aangepast naar de huidige generatie Rode Duivels. Er zal plaats zijn voor spelers uit de Premier League, Bundesliga, La Liga, Serie A, Ligue 1 en Primeira Liga. Zo zal je bijvoorbeeld Thibaut Courtois kunnen kopen maar ook de spelersbus of Roberto Martinez. Bovendien worden ook de kans- en algemeen fondskaartjes ingevuld met referenties naar de nationale ploeg. De klassieke huisjes en hotels zullen worden vervangen door tribunes en stadions en zullen er speciale voetbalpionnen in de doos zitten.

Voor de volledige invulling van het spel is het nog wachten tot de lancering deze zomer tijdens het EK. Het spel zal dan in de rekken liggen, maar wie zeker wil zijn van zijn exemplaar kan het spel nu al pre-orderen via www.monopolyreddevils.be. Uit eerdere exclusieve edities van Monopoly bleek dat het wel eens zeer snel kan gaan en de makers verwachten voor deze editie een gelijkaardig scenario. Vorig jaar werd er een editie gelanceerd rond wielrennen en in een mum van tijd gingen er 10.000 spellen de deur uit.

www.monopolyreddevils.be

KNUTSEL- ÉN SPEELPLEZIER MET DE WOOD & CLAY KIT VAN FIESTA CRAFT

Een eenhoorn of één van de 6 andere wonderlijke wezens. Je kids bouwen zelf hun favoriete wezen om er dan volop mee te ravotten. Heel wat knutsel- én speelplezier verzekerd!

Eerst bouw je het houten 3d-skelet, door eenvoudigweg de nummertjes te volgen. Daarna maak je met de speciale luchtdrogende boetseerlei het ontwerp dat je wil. Voeg nog de glimmende ogen, de hoorn en wat extra glitter toe, laat een nachtje drogen en klaar is kees! De kit is een geweldige stimulans voor de fijne motoriek en de creativiteit van je kind. En daarna kunnen ze er nog lang mee spelen in hun eigen fantasiewereld...heerlijk ?



www.bouhon.net/b2b

PAW PATROL @ NICK JR. EN NICKELODEON



PAW Patrol is sinds 2013 een absolute hit op Nick jr. en Nickelodeon. Sinds 2020 zijn de enthousiaste pups een vast bestanddeel in de Top 10 van Netflix! Na veel spannende avonturen en reddingsacties zijn de PAW Patrol pups vanaf 18 augustus 2021 ook te zien op het grote doek in de Belgische bioscopen. De film, volledig in CGI-animatie, speelt zich af in een grote stad, waar de pups zich uit een benarde situatie moeten zien te redden, uiteraard weer met hun typische voertuigen.

Met prachtige nieuwe locaties, hilarische nieuwe karakters, spannende acties, een ontroerend verhaal en super realistische CGI-animatie is PAW Patrol de Film fantastisch voor het hele gezin. Naast alle nieuwe technologieën en vervoersmiddelen wordt ook een nieuwe teamlid geïntroduceerd: Liberty, een vrouwelijke langharige teckel.

De Amerikaanse cast is grotendeels bekend met onder andere Kim Kardashian en Jimmy Kimmel, binnenkort wordt de bekendmaking van de Belgische cast verwacht.

We zijn erg blij met een uitgebreide lijst aan partners voor deze film: Big Balloon Uitgeverij (boeken), Caresse Cosmetics (verzorgingsproducten), Kubbinga (fietsen), Leomil (schoenen), The Cookie Company Group (kleding en accessoires), TM Essentials (arts & crafts), Vadobag Europe (tassen), Van der Erve (kleding en accessoires), W&O Products (verschillende home-artikelen) en Canenco (milieu-vriendelijke knuffels, 3D knuffel rugzakken en accessoires).

Voor meer informatie over PAW Patrol de Film of één van de andere ViacomCBS merken, die Wildbrain CPLG als agent vertegenwoordigd, neem contact op met maud.rambonnet@cplg.com.

www.cplg.com

EKOALA, SPEELGOED EN TABLEWARE UIT 100% BIOPLASTIC



eKoala is een Italiaans merk van speelgoed en tableware, gemaakt in vrolijke kleuren en design. Alle eKoala-producten zijn volledig vervaardigd uit BIOplastic en bevatten geen gevaarlijke stoffen (BPA, ftalaten, enz.).

eKoala staat voor hoge kwaliteit en veiligheid voor kinderen: de producten zijn volledig vervaardigd in Italië, van de grondstoffen tot de verpakking. Lokaal, duurzaam en mooi. 100% BIOplastic, 100% Biologisch afbreekbaar, 100% vervaardigd in Italië. De producten zijn conform EN14372 en EN14350.

www.ekoala.eu

NIEUWE SMARTGAMES

De Belgische speelgoedfabrikant Smart is wereldwijd dé expert in speelgoed dankzij hun logica-spelen om hersenvaardigheden, reflectie en het geheugen te ontwikkelen. In 2021 verwelkomt het speelgoedbedrijf verschillende nieuwe 1-player games voor klein en groot! Klaar om de uitdaging aan te gaan?



SmartGames - Apple Twist

Drie hongerige rupsen willen een hapje van dezelfde appel. Kan jij ze in de juiste vorm brengen zodat ze alledrie op de appel passen? Voor dit logisch puzzelspel moet je flexibel kunnen denken! Want zowel de rupsen als het spelbord kunnen van vorm veranderen. Met 60 opdrachten om van te smullen.

SmartGames - Pirates Crossfire

Piraten in zicht! Navigeer je schepen naar de juiste positie, zodat de vijand in de vuurlinie komt te liggen en tot zinken wordt gebracht. Of kan je de vrede bewaren en een complete oorlog vermijden? Breng je kanonnen en je hersens in stelling en ontdek wie er wint! Pirates Crossfire heeft 80 opdrachten, verdeeld over 4 verschillende spelwijzen.

ASMODEE NEEMT PLAN B GAMES OVER

Op 11 maart kondigde Asmodee Group aan dat het de Duits-Canadese spellenuitgeversgroep Plan B overneemt. Plan B, dat in 2016 werd opgericht door Sophie Gravel, bestaat uit 4 internationaal gerenommeerde spellenuitgevers: Next Move, Plan B Games, Pretzel Games en Eggertspiele.



Ondanks het feit dat Plan B nog een relatief jonge onderneming is, wist het B toch al indruk te maken. Van het bekroonde Azul (uit 2017) zijn wereldwijd meer dan twee miljoen exemplaren verkocht. Ook andere Plan B-titels, waaronder Camel Up, Century: Spice Road en Great Western Trail, zijn wereldwijde hits geworden die in tientallen talen zijn vertaald voor spelers over de hele wereld.

www.asmodee.be

CIRCUS VAN GAME BREWER

Kom allemaal, kom naar het grootste circus in de stad! Kom en bewonder onze jongleurs, krachtpatsers, slangenmensen, clowns, goochelaars en mimespelers! Waar wacht je nog op? Betreed de grote tent voor een avond die je niet snel zal vergeten.



In Circus sturen spelers hun beste artiesten de arena in voor een optreden. Is jouw artiest beter dan de voorgaande, dan volgt er een oorverdovend applaus wat de meeste punten oplevert. Aan het einde van de voorstelling volgt de grote finale waarna de punten geteld worden. De speler met de meeste punten is de beste circusdirecteur en wint het spel! Circus is geschikt voor 2 tot 4 circusdirecteurs in spé, vanaf 8 jaar. Het speelt bijzonder vlot en biedt toch een leuke uitdaging aan voor zowel kinderen als volwassenen. Circus kan zowel in een basisversie als een gevorderde variant gespeeld worden.

<https://gamebrewer.com>

VIND AL ONZE MERKEN OP ONZE WEBSITE



www.puppy.eu

TOTY 2021

TOY OF THE YEAR 2021



Afgelopen februari was er uiteraard geen New York Toy Fair in het Javits Center. Maar aan een andere traditie werd wel vastgehouden, zij het virtueel. Speelprofessionals en speelgoedfans van over de hele wereld verzamelden online om de meest opmerkelijke speelgoederen en inspirerende individuen van het jaar te eren tijdens een ongewone 21ste editie van de Toy of the Year (TOTY) Awards en de Toy Industry Hall of Fame-inductieceremonie. Tijdens de livestream zagen kijkers de prestigieuze Toy of the Year Award naar Star Wars: The Child Animatronic Edition Toy van Hasbro gaan. Hetzelfde product won ook in de categorie 'Innovative Toy of the Year'. Tijdens een verrassende aankondiging werden twee winnaars gekozen voor de "People's Choice" Award. Zowel Story Time Chess (Story Time Chess), een klassiek spel opnieuw ontworpen voor de jongste spelers, als The Original Spawn Action Figure and Comic Remastered (2020) (McFarlane Toys), een product dat ontstaan is via Kickstarter, kregen deze onderscheiding mee naar huis.

Dit zijn alle laureaten van Toy of the Year 2021:

Action Figure of the Year: **Fisher-Price #ThankYouHeroes Line (Mattel)**

Collectible of the Year: **LEGO Super Mario Character Packs (LEGO)**

Construction Toy of the Year: **LEGO Star Wars The Razor Crest (LEGO)**

Creative Toy of the Year: **Crayola Colors of the World Crayons (Crayola LLC)**

Doll of the Year: **Barbie Color Reveal (Mattel)**

Game of the Year: **Pokémon Trading Card Game Battle Academy (The Pokémon Company International)**

Infant/Toddler Toy of the Year: **Fisher-Price Laugh & Learn Grow-the-Fun Garden to Kitchen (Mattel)**

Innovative Toy of the Year: **Star Wars: The Child Animatronic Edition Toy (Hasbro)**

License of the Year: **Star Wars: The Mandalorian (Disney)**

Outdoor Toy of the Year: **Ultimate Go-Kart (Radio Flyer)**

Playset of the Year: **LEGO Super Mario Bowser's Castle Boss Battle Expansion Set (LEGO)**

Plush Toy of the Year: **Star Wars: The Mandalorian The Child 11" Plush (Mattel)**

Preschool Toy of the Year: **PAW Patrol Dino Patroller (Spin Master)**

Specialty Toy of the Year: **LEGO Ideas Grand Piano (LEGO)**

STEAM Toy of the Year: **Mega Cyborg Hand (Thames & Kosmos)**

Vehicle of the Year: **PLAYMOBIL Back To The Future DeLorean (PLAYMOBIL)**

Tijdens het evenement werden vier visionairs uit de speelgoedindustrie officieel opgenomen in de Toy Industry Hall of Fame: Philip Bloom, oprichter en voormalig uitgever van The Bloom Report; William C. Killgallon, voorzitter van de raad van bestuur van The Ohio Art Company; Pleasant T. Rowland, oprichter van American Girl, een divisie van Mattel, Inc. ; en wijlen Margarete Steiff, oprichter en maker van Steiff.

L I C E N S I N G

■ WILDBRAIN CPLG

BRAWL STARS EN MY LITTLE PONY KLEUREN 2021



MET BRAWL STARS – EEN POPULAIRE MOBILE GAME MET GRAPPIGE EN KLEURRIJKE KARAKTERS – HEEFT WILDBRAIN CPLG WEER EEN VEELBELOVENDE NIEUWE LICENTIE AAN ZIJN PORTEFEUILLE TOEGEVOEGD. DAARNAAST ZIJN DE OGEN OOK GERICHT OP DE KLASIEKE HASBRO-LICENTIE MY LITTLE PONY, DAT ZICHZELF BLIJFT VERNIEUWEN MET EEN NIEUWE GENERATIE PONY'S DIE WORDT GEÏNTRODUCERD IN DE GEHEEL NIEUWE SPEELFILM DIE DIT NAJAAR OP NETFLIX VERSCHIJNT.

DE STERREN VAN EEN MOBILE GAME

Brawl Stars is de nieuwste toevoeging aan de portfolio van WildBrain CPLG. "Deze geweldige videogame, oorspronkelijk gemaakt en geproduceerd door Supercell, vormde de basis voor een wereldwijde samenwerking tussen het bedrijf en Line Friends om alle kansen voor de Brawl Stars IP te benutten, inclusief nieuwe licentie opportuniteiten, content creatie en merchandise.", zo vertelt Meike de Vaere, Retail Director Benelux.

Brawl Stars werd internationaal geïntroduceerd in december 2018 en heeft sindsdien veel terrein gewonnen in Europa. Brawl Stars is een online multiplayer hero shooter game waarin spelers de battle met elkaar aan gaan in verschillende speelmodi. Spelers kunnen kiezen uit verschillende personages, genaamd Knokkers (Brawlers in het Engels), die je vrij kunt spelen via dozen met verrassingen, de Brawl Pass en trofeeën, of door ze te kopen door middel van gewonnen muntjes gedurende een wedstrijd. Daarnaast kun je ook door middel van in-game aankopen unieke skins kopen waarmee je het uiterlijk, de animaties en geluiden van jouw Knokkers kunt aanpassen.

FILMRELEASE VOOR MY LITTLE PONY

Dit najaar lanceert Entertainment One (eOne), de entertainmentstudio van Hasbro, de lang-

verwachte nieuwe speelfilm MY LITTLE PONY op Netflix. "Het is de eerste keer dat de pony's in CG te zien zijn", zegt Delphine de Kool, Licensing Director EMEA bij Hasbro. "Het resultaat is werkelijk prachtig. In het verhaal heeft de ponywereld van Equestria zijn magie verloren, waardoor deze verdeeld is geraakt. Pony Sunny accepteert deze situatie niet en gaat op avontuur met eenhoorn Izzy om de wereld waar ze altijd van hebben gedroomd werkelijkheid te maken. Ze bewijzen dat zelfs KLEINE pony's een GROOT verschil kunnen maken."

De avonturen van Sunny Starscout en haar vrienden gaan verder met een geheel nieuwe, computergeanimeerde serie die naar Netflix komt. "Netflix heeft een heel sterke positie in de Benelux-markt. Met de lancering op deze streamingdienst kunnen kinderen zich volledig onderdompelen in de nieuwe MY LITTLE

PONY wereld, aangezien ze de inhoud kunnen consumeren waar en wanneer ze maar willen", voegt Delphine de Kool toe.

De eerste consumentenproducten komen dit najaar op de markt. "Als aanvulling op Hasbro's nieuwe speelgoedassortiment, zijn we erg blij dat we lokale en internationale partners aan boord hebben in alle belangrijke categorieën", zegt Brenda Draaisma, Managing Director WildBrain CPLG Benelux, "Onder andere Uitgeverij Big Balloon (boeken), Canenco (pluche, make-up en sieraden), TM Essentials (DIY), The Cookie Company (kleding & accessoires), Aymax (beddengoed en textiel), W&O Products (diverse items) en Vondels (hoogwaardige kerstornamenten)." Evenals regionale partners waaronder HTI (styling heads), Disguise (dress up), Ravensburger en Trefl (puzzels), en meer!





Live to
ride,
ride to
live

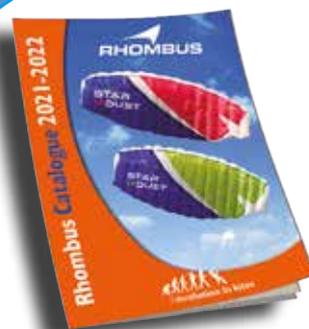
**SERIE
XTREME
24 V**



INJUSA

RHOMBUS

Vernieuwd vliegerassortiment!



Bekijk de catalogus
op onze webshop!

VAN DER MEULEN
TOYS | LEISURE | OUTDOOR

Van der Meulen
Lorentzstraat 23 | 8606 JP Sneek
T +31(0) 515 435 635
E info@vandermeulen.com

vandermeulen.com



ontdek de nieuwe SmartGames op
www.SmartGames.eu