

Kids UNIVERSE

AUGUSTUS 2021

**BELEEF
SAMEN
NIEUWE
AVONTUREN**



Verantwoordelijke uitgever: Erik De Ridder - Afgiftekantoor: Gent X - Erkenning: P904116 - Kids Universe - Verschijnt vier keer per jaar

©2021 The LEGO Group. NL

TM & © 2021 Nintendo.

The Bluetooth® word mark and logos are registered trademarks owned by Bluetooth SIG, Inc. and any use of such marks by the LEGO Group is under license. Other trademarks and trade names are those of their respective owners.





ontdek de nieuwe SmartGames op
www.SmartGames.eu

E D I T O

Beste lezer,

Ondanks de vele ongemakken en onzekerheden die het voorbije jaar zijn opgedoken, is de speelgoedsector op vlak van verkoop de coronacrisis goed doorgekomen. Kinderen moesten geëntertaind worden, en daarom zorgden ouders voor nieuw speelgoed en nieuwe spelletjes. Dit zorgde in heel wat Europese landen voor mooie groeicijfers van meer dan 5%, in de VS – waar men in 2019 al een annus horribilis beleefde – tikte men zelfs af op 16%.

Zijn we dan met zijn allen heel goed weggekomen? Niet te vroeg victorie kraaien. De indirecte gevolgen van de gezondheidscrisis worden immers stilaan zichtbaar. De toegenomen vraag naar speelgoed (en vele andere producten) en de tijdelijke onderbreking van de logistieke keten zorgen ervoor dat er een momenteel een enorme vraag naar grondstoffen is. Met het gevolg dat de prijzen van kunststoffen, metalen en verpakkingen de hoogte in schieten.

Bovendien gingen ook transportkosten het voorbije jaar in een scherp stijgende lijn. De vraag naar containervervoer is enorm toegenomen. En omdat speelgoeditems een relatief kleine waarde hebben in verhouding tot het volume dat ze innemen, kan dit enorm doorwegen. Enkele grote fabrikanten gaven al aan dat er rekening moet worden gehouden met een mogelijke prijsverhoging in de tweede helft van dit jaar. Al blijft men erg vaag over precieze percentages.

Het is voorlopig dus nog speculeren welke meerprijs de consument zal moeten neertellen, en hoe hij zijn koopgedrag hierdoor zal aanpassen. Maar het belooft toch – opnieuw – een uitdagende periode te worden.

Veel leesplezier,

Jeroen Coteur
redacteur Kids & Baby Universe

I N H O U D

- 4. LEGO Mario krijgt het gezelschap van zijn broer LEGO Luigi. ▲■● 9. Peppa Pig is geliefd bij de hele familie ▲■● 12. PAW Patrol de film - Ons lot ligt in hun pootjes ▲■● 17. Nieuw leidinggevend team bij Spielwarenmesse eG ▲■● 20. Thema Licensing: De sterren van de speelgoedwinkel ▲■● 22. Thema R/C: Te land, ter zee en in de lucht ▲■● 25. Nieuwtjes uit de gaming-sector ▲■● 27. Wereldwijde speelgoedindustrie blijft vooruitgaan te midden van de pandemie ▲■● 28. Kids World Days: Het perfecte alternatief voor de grote beurzen ▲■● 32. Asmodee ▲■● 36. Inside news: het laatste nieuws uit de Kids-sector**

C O L O F O N

JAARGANG 8, AUGUSTUS 2021 NR. 31. 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 DENDERHOITEM 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.



■ LEGO

LEGO® MARIO™ KRIJGT HET GEZELSCHAP VAN ZIJN BROER LEGO® LUIGI™

DEZE ZOMER BREIDT LEGO® EEN VERVOLG AAN DE SUCCESVOLLE INTRODUCTIE VAN NINTENDO-VIDEOGAMEHELD SUPER MARIO™ BINNEN DE LEGO SPEELWERELD. MET DE KOMST VAN LEGO LUIGI VERWELKOMT HET LEGO SUPER MARIO UNIVERSUM NIET ENKEL EEN KLEURRIJK NIEUW KARAKTER, MAAR IS ER OOK EEN OPVALLENDE NIEUWE SPELFUNCTIE. ROBIN CEULEMANS, BRAND MANAGER BIJ LEGO, VERTELT ONS MEER OVER DEZE ZOMERLANCERING.

In 2020 pakte LEGO uit met een bijzondere nieuwe lijn. Voor de allereerste keer dook de iconische videogameheld Super Mario op in een interactieve LEGO uitvoering. Het werd een schot in de roos. "Wij kunnen heel tevreden zijn over hoe LEGO Super Mario het afgelopen jaar ontvangen is", aldus Robin Ceulemans. "We merken in onze cijfers dat zowel de LEGO Super Mario startset, de uit-

breidingssets, als de blind characters packs het allemaal bijzonder goed gedaan hebben. Daarnaast hebben we zowel in België als in Nederland een award van Speelgoed van het Jaar mogen ontvangen. Er was dus heel wat animo voor het spelconcept, en de kinderen zijn er ook heel goed mee aan de slag gegaan."

UITKIJKEN NAAR LUIGI

Het mag dan ook niet verbazen dat LEGO dit jaar een nieuwe stap zet binnen het LEGO Super Mario verhaal. "We merkten al van bij de lancering van LEGO Mario vorig jaar dat de mensen ook uitkeken naar Luigi. Nu is het eindelijk zover. In augustus lanceren we eerst en vooral de LEGO Super Mario 'Avonturen met Luigi' startset. Luigi is na-

T O Y S T O R Y

tuurlijk de broer van Mario, maar hij heeft zijn eigen kenmerken, zoals zijn groene pet en zijn typische stem.”

DUO-MODUS

Met de lancering van LEGO Luigi zorgt LEGO ook voor de introductie van de duo speler modus binnen de LEGO Super Mario speelwereld. “LEGO Mario en LEGO Luigi kunnen via bluetooth gesynchroniseerd worden. Dit geeft kinderen de kans om samen opdrachten uit te voeren en samen vijanden te verslaan, wat zorgt voor een nieuwe spelervaring. Zo kunnen ze extra digitale munten verzamelen door samen acties uit te voeren.

Spelers werken samen om vijanden en uitdagingen te verslaan, en delen beloningen, of ze kunnen desgewenst het spel helemaal omgooien door het tegen elkaar op te nemen. Toch is het belangrijk om te weten dat de LEGO Super Mario ‘Avonturen met Luigi’ startset ook een stand-alone product is. Je hebt de LEGO Super Mario ‘Avonturen met Mario’ startset dus niet nodig om met LEGO Luigi te kunnen spelen.

TAL VAN UITBREIDINGEN

Naast de nieuwe startset verschijnen er deze zomer ook een reeks nieuwe uitbreidingssets in de winkel. “De meest opvallende

daarbij is ongetwijfeld Bowsers Luchtschip, een luchtvaartuig van de slechterik Bowser. Het is een bijzonder leuke set, enerzijds als bouwwerk, maar ook als uitdagend spellevel, waarin je het moet opnemen tegen Kamek, een Goomba en een Rocky Wrench. Het luchtschip kan bovendien helemaal opengeklapt worden om zo tot een enorm speelparcours te komen. Ook de andere uitbreidingssets introduceren weer typische Super Mario-karakters, zoals bijvoorbeeld Lakitu, de schildpad op een wolk, de Reznor-dino’s en een Boss Sumo Bro, die je van zijn Topple Tower moet proberen neerhalen.”



T O Y S T O R Y



COLLECTIBLES

Naast de startset en de vier uitbreidingssets voorziet de lijn ook nog in een reeks lagere prijspunten. “Met de power-uppakketten kunnen spelers hun figuurtje omkleden in grappige kikker- en bij-outfits. Ten slotte komt er ook nog een derde wave collecti-

bles, met blind packs waarmee je typische Nintendo-figuurtjes kan verzamelen, waaronder Galoomba, Parachute Bob-omb, Crowber, Boo, Amp, Torpedo Ted, Bony Beetle, 1Up-paddenstoel, Scuttlebug en Swoop.”

ONDERSTEUNENDE APP

Ook LEGO Luigi kan rekenen op de ondersteuning van de LEGO Super Mario app. “Het is een echte ‘companion app’ die de speelervaring nog meer ondersteunt, bijvoorbeeld door de scores van de speler bij te houden en continu bouwen en herbouwen aan te

T O Y S T O R Y

moedigen. Daarnaast vind je in de app ook de bouw instructies van de verschillende sets, met zoom- en draaifuncties die het gebruik ervan erg vereenvoudigen. Wanneer je LEGO Mario of LEGO Luigi gebruikt om een nieuwe set te scannen, dan verschijnt die set in de virtuele wereld op de app. Maar op zich is de app geen noodzakelijkheid om te kunnen spelen, het is echt aanvullend. Het

maakt de ervaring rijker, maar het is geen noodzaak."

EINDELOOS AVONTUUR

De LEGO Super Mario speelwereld wordt dit jaar dus fors uitgebreid. "De nieuwe sets zijn bovendien volledig retro-compatibel. LEGO Mario is volledig compatibel met alle

nieuwe sets, en omgekeerd geldt hetzelfde voor LEGO Luigi en de oude sets. Alle sets en pakketten zorgen ervoor dat fans hun avonturen eindeloos kunnen uitbreiden, verbouwen en aanpassen, en genieten van creatief speelplezier, solo of in een interactief duo spel met LEGO Mario en LEGO Luigi", zo besluit Robin Ceulemans.

© 2021 The LEGO Group.
TM & © 2021 Nintendo.



VDID

VERBAND
DEUTSCHER
INDUSTRIE
DESIGNER

www.kindundjugend.com

KIDS
DESIGN
AWARD

2021



THE TRADE SHOW FOR KIDS' FIRST YEARS

INNOVATIVE INTO THE
FUTURE!

09 t/m 11.09.2021



**RE-START
EDITION!**

BE PART OF IT -
FIND OUT MORE
HERE:



L I C E N S I N G

■ WILDBRAIN CPLG

PEPPA PIG IS GELIEFD BIJ HET HELE GEZIN



"MET DE TOENEMENDE POPULARITEIT VAN PEPPA PIG OVER DE HELE WERELD, HEBBEN WE VORIG JAAR WILDBRAIN CPLG GEVRAAGD DIT MERK LOKAAL TE VERTEGENWOORDIGEN VOOR HASBRO", ZEGT DELPHINE DE KOOL, LICENSING DIRECTOR EMEA AGENT MARKETS BIJ HASBRO. "IN EEN PERIODE WAARIN OUDERS EEN ACTIEVERE ROL SPELEN IN DE OPVOEDING VAN HUN KINDEREN, IS DIT EEN BELANGRIJKE STAP GEWEEST." BRENDA DRAAISMA EN MEIKE DE VAERE VAN WILDBRAIN CPLG VERTELLEN ONS MEER OVER DE CONSUMER PRODUCTS PLANNEN MET DEZE LICENTIE.



Peppa Pig is al jaren de favoriet van veel kleuters over de hele wereld. "De tekenserie van eOne, Hasbro's wereldwijde entertainment-studio, draait om Peppa, een lief en brutaal, en enigszins bazig varkentje, haar familie en vrienden. De serie volgt Peppa in haar dagelijkse avonturen en eerste ervaringen", zegt Meike de Vaere, Business Development Director bij WildBrain CPLG. "Haar avonturen zijn daardoor heel herkenbaar voor kinderen. Er is een aflevering waarin ze voor het eerst naar school gaat, waar ze voor het eerst blijft logeren bij opa en oma, of waar ze voor het eerst gaat kamperen met haar ouders. Alles wat kinderen meemaken in het dagelijks

leven komt terug in de serie. Dit wordt op een neutrale, maar grappige manier gebracht, met leuke karakters en een goede stemmenkast." De show werd voor het eerst uitgezonden in 2004 en er zijn inmiddels negen seizoenen geproduceerd, welke dit jaar worden uitgezonden in meer dan 180 landen. Peppa Pig begint 2021 met veel momentum: Het is het nummer één merk op YouTube en er is tevens groen licht voor nog 104 nieuwe afleveringen die geproduceerd worden. Daarmee is er content in ontwikkeling tot 2027!"

FAVORIET VAN OUDERS

De Peppa Pig-serie is te zien op verschillende platforms. "Het is te zien op lineaire televisie bij Nickelodeon en Nick Jr., maar ook op YouTube, waar het wereldwijd zeer hoge cijfers haalt", zegt Brenda Draaisma, Managing Director Benelux bij WildBrain CPLG. "De content wordt ook gestreamd op Netflix, Videoland en Amazon Prime. Ouders hebben het afgelopen jaar veel tijd met hun kinderen doorgebracht en weten beter dan ooit waar ze naar kijken. Peppa heeft absoluut een educatief element dat ouders zeer waarderen en waar kinderen dol op zijn.



42543



42536



42528



42407

Go to www.puppy.eu

L I C E N S I N G

ERVAREN LICENTIE

Peppa Pig is een animatieserie voor kleuters gemaakt door Astley Baker Davies. "Het merk wordt gedreven door ervaren content-makers", zegt Meike De Vaere. "Dat merk je aan de kwaliteit van de serie, en aan de hoeveelheid materiaal die beschikbaar is. De kracht van het merk is dat het zo hoog scoort op kwaliteit en educatieve waarden. Daardoor voelt het voor de consument niet erg commercieel aan. Dat zie je ook vertaald in het speelgoed- en licentieproduct -aanbod, met publishing als belangrijke categorie voor de storytelling."

EEN NIEUWE HASBRO SPEELGOEDLIJN EN EEN NIEUW BREED LOKAAL CP-AANBOD

Hasbro lanceert komend najaar een Peppa Pig speelgoedlijn. "We verwachten binnenkort een range nieuwe speelsets en figuren

in de Benelux", zegt Brenda Draaisma. "Maar er is ook behoefte aan een sterk cross-category aanbod. We hebben dit jaar een totaalprogramma ontwikkeld voor retail met een breed aanbod, waaronder pluche, houten speelgoed, art & crafts, maar ook kleding en schoolspullen. Publishing is ook altijd heel belangrijk geweest voor Peppa, de boekjes zijn altijd een groot succes geweest in de Benelux."

AANWEZIGHEID OP SOCIALE MEDIA

Hasbro geeft veel ondersteuning aan het merk Peppa Pig, onder andere door toegewezen PR-campagnes met lokale influencers. "In de Benelux is Hasbro sinds vorig jaar meer gaan investeren in het merk. Zo benadrukte de campagne #LeesmetPeppa in december 2020 het belang van een rustig moment met je kind om te lezen. Dit werd een enorm

succes met bijna 1 miljoen online views. In de tweede #CreatiefmetPeppa campagne die net in juni is gelanceerd, begonnen de influencers te knutselen in Peppa's creatieve wereld. Deze campagne bereikt opnieuw een brede groep kinderen en ouders", sluit Meike de Vaere af.



L I C E N S I N G



PAW PATROL DE FILM - ONS LOT LIGT IN HUN POOTJES



NA HET AL JARENLANG GROTE SUCCES VAN DE PRE-SCHOOL SERIE PAW PATROL OP TV KAN HET NATUURLIJK NIET UITBLIJVEN: VOOR DE ALLEREERSTE KEER VERSCHIJNEN DE ONGEKEND POPULAIRE PAW PATROL PUPS IN DE BIOSCOOP.

PAW PATROL: DE FILM IS HET EERSTE AVONTUUR GEBASEERD OP DE POPULAIRE TV-SERIE, DIE AL MEER DAN 8 JAAR KINDERHARTEN WERELDWIJD VEROVERT.

Wat gaan de pups in dit grote avontuur beleven: Als hun grootste vijand Humdinger burgemeester wordt van het nabijgelegen Avonturenstad en chaos begint aan te richten, trappen Ryder en de heldhaftige pups een hogere versnelling in om hem te stoppen. Terwijl één pup zijn verleden onder ogen moet komen, krijgt het team hulp van een nieuwe bondgenoot: de slimme teckel Liberty. Gewapend met nieuwe, coole gad-

gets en uitrusting, gaat de Paw Patrol de strijd aan om inwoners van Avonturenstad te redden.

De stemmen worden ingesproken door castleden van de originele Paw Patrol serie die in deze bioscoopfilm worden bijgestaan door o.a. Kim Kardashian, Marsai Martin, Randall Park, Dax Shepard, Tyler Perry, Jimmy Kimmel en Will Brisbin.

ViacomCBS Consumer Products BENELUX en WildBrain CPLG hebben een ijzersterk licentie-programma gebouwd rondom Paw Patrol: DE FILM.

Het licentieprogramma rondom de film, dat vanaf juli dit jaar in de winkels ligt, omvat producten in een reeks categorieën, waaronder speelgoed met onder andere TM Essentials, Ravensburger, Sambro, Selecta, Speelgoedland, Durabo en Canenco. Maar ook Van der Erve, Leomil, Vadobag Europe en The Cookie Company voor kleding, tassen en accessoires. Verder zal ook Caresse

Cosmetics (Health & Beauty), Kubbinga (Outdoor & Bikes), Texco (Home), W&O Products (Housewares), Dutch Filmworks (DVD), Big Balloon en Zuid Nederlandse Uitgeverij (Publishing) met speciale Paw Patrol: DE FILM producten op de Benelux markt komen.



L I C E N S I N G

Davey Backx, Sr. Licensing & Retail Manager BENELUX bij ViacomCBS zegt: "PAW Patrol blijft schitteren in de pre-school ruimte en domineert traditionele tv, streamingdiensten, digitaal en retail al vele jaren. De film van dit jaar belooft een bioscoop succes te worden. We zijn verheugd om samen te werken met zulke sterke partners, waaronder Paramount Pictures, Spin Master en WildBrain CPLG, om ervoor te zorgen dat de magie van het grote scherm wordt vertaald in producten waar kinderen in het hele land van zullen blijven houden, lang nadat ze de film hebben gezien. "

Maud Rambonnet, Sr. Brand Manager bij WildBrain CPLG is verheugd met de komst van de film. "Wij zijn ontzettend trots dat we met een groot internationaal én nationaal bekend merk als PAW Patrol al jarenlang

zo'n mooi CP programma in de markt aan het neerzetten zijn. Wij zijn er ook van overtuigd dat de film de positie van de franchise alleen nog maar verder zal versterken het komende jaar. The 'Skye' is the limit! "

Spin Master, de Master Toy Partner van PAW Patrol, zal de uitrol leiden door een speciaal ontwikkelde speelgoedlijn te onthullen die bestaat uit voertuigen, speelsets, speelfiguren, knuffels, spellen en puzzels. Sylvia Huibers, Sr. Brand Manager bij Spin Master zegt: "PAW Patrol blijft razend populair onder zowel jongens als meisjes en zelfs de (groot) ouders kennen alle pups bij naam. Deze zomer kunnen zij naar de leukste film van het jaar, vaak de eerste bioscoopervaring voor de kinderen. Daarna kunnen al onze PAW Patrol: DE FILM producten op de verlanglijstjes en kan het na-spelen van

de avonturen in de film beginnen! De pups hebben allemaal een nieuw voertuig en de nieuwste pup Liberty gaat de harten van de kijkers veroveren!"

PAW PATROL: DE FILM draait vanaf 11 augustus in de bioscoop in de originele, Vlaams en Frans gesproken versie in 2D.

Naast de film komt dit najaar van 2021 de grootse internationale theatervoorstelling van PAW Patrol exclusief naar Nederland en België en is vanaf november 2021 t/m januari 2022 in de theaters te zien! Voor 2022 en 2023 staat er enorm veel op de planning met nieuwe thema's, nieuwe productlijnen van Spin Master en licentienemers en als hoogtepunt het 10-jarig bestaand van de pups in 2023.





PAW Patrol DE FILM producten!
www.pawpatrolbenelux.nl



PAW Patrol DE FILM
Avonturenstad
Hoofdkwartier Speelset



PAW Patrol DE FILM
Marshall Transformerende
Brandweerwagen



PAW Patrol DE FILM
True Metal Red
Avonturenstad Racebaan
Speelset



PAW Patrol DE FILM
Chase Transformerende
Politieauto & Motor



PAW Patrol DE FILM
Liberty's Scooter



PAW Patrol DE FILM
kledinglijn van
Van der Erve



PAW Patrol DE FILM fiets van Kubbinga/Volare



PAW Patrol DE FILM
rugtas van Vadobag



PAW PATROL DE FILM



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



NIEUW LEIDINGGEVEND TEAM BIJ SPIELWARENMESSE EG

NA HET VERTREK VAN ERNST KICK (CEO) EN DR. HANS-JUERGEN RICHTER OP 30 JUNI, HEEFT EEN NIEUW DRIEKOPPIG TEAM BESTAANDE UIT FLORIAN HESS, JENS PFLÜGER EN CHRISTIAN ULRICH OP 1 JULI HET ROER VAN SPIELWARENMESSE EG OVERGENOMEN. DEZE DRIE LEDEN VAN DE RAAD VAN BESTUUR HEBBEN ELK EEN JARENLANGE ERVARING OPGEDAAN BIJ HET BEDRIJF EN ZIJN BETROKKEN GEWEEST BIJ BELANGRIJKE BESLUITVORMINGSPROCESSEN.

INNOVATIEDRANG

Ernst Kick werd in 2002 benoemd tot CEO. Tijdens zijn ambtstermijn heeft hij ingezet op coöperatie en de leidende positie van de Spielwarenmesse versterkt. Zijn vele prestaties omvatten onder meer de reorganisatie van de structuur van de beurs, zodat deze een meer gericht marktoverzicht zou bieden. Dit betekende de introductie van nieuwe en relevante productgroepen en de door de detailhandel geleide presentatie van speciale thema's in speciale activiteitengebieden. De ToyAward en de jaarlijkse trendshow zijn een direct resultaat van zijn innovatiedrang. Beide initiatieven zijn uitgegroeid tot gevestigde merken die in de speelgoedindustrie worden erkend. Ernst Kick heeft ook het internationale profiel van het bedrijf in belangrijke groeiemarkten vergroot door zijn wereldwijde netwerk van vertegenwoordigers te professionaliseren, dochterondernemingen op te

richten en een internationaal tentoonstellingsprogramma te lanceren met onafhankelijke evenementen en internationale paviljoens op beurzen over de hele wereld. Alleen al in Nürnberg is het personeelsbestand onder zijn leiding toegenomen van 16 naar 60 medewerkers.

Dr. Hans-Juergen Richter trad in 2005 toe tot de Raad van Bestuur van Spielwarenmesse eG en was voornamelijk verantwoordelijk voor juridische en lidmaatschapszaken. In 2002 was de advocaat zes maanden de interim-CEO van Spielwarenmesse eG, totdat Ernst Kick de rol overnam. In 2013 zetten de twee bestuursleden een nieuwe mijlpaal in de geschiedenis van het bedrijf door Spielwarenmesse als woordmerk te registreren bij het Duitse patenten- en merkenbureau.

AFSCHEID IN MOEILIJKE OMSTANDIGHEDEN

Hun laatste jaar in functie verliep echt heel anders, voor zowel Ernst Kick als Dr. Hans-Juergen Richter. Ernst Kick: "We hadden graag persoonlijk afscheid genomen van al onze collega's." Maar in plaats daarvan confronteerde de pandemie hen met een hele



Ernst Kick



BiXXS

Stapelstein

Spelen maar! Stapelen, klimmen, schommelen, met water vol laten lopen, een parcours maken, gebruiken als opstapje, of als stoel. De "Stapelsteinen" zijn multifunctioneel en zorgen voor eindeloos speelplezier. Ze vallen in de categorie "open ended toys", dus speelgoed zonder opgelegd speelpatroon. Erg prikkelend voor de verbeelding en creativiteit van kinderen.

Nieuw in het assortiment van STAPELSTEIN zijn de varianten FRESH en OCEAN en binnenkort is ook de CONFETTI weer terug in het assortiment.

De "Stapelsteinen" zijn verkrijgbaar in verschillende samenstellingen. Neem ze op voorraad, of laat ze dropshippen.

T O Y E V E N T

reeks ongekeken uitdagingen. Er moesten nieuwe concepten worden ontwikkeld, en de digitalisering moest versneld worden. Hun opvolgers, die intern zijn gevonden, zijn nauw betrokken geweest bij deze processen. “Dr. Richter en ik hebben er alle vertrouwen in dat de nieuwe driekoppige Raad van Bestuur Spielwarenmesse eG naar een succesvolle toekomst zal leiden, voortbouwend op zijn rol als drijvende kracht binnen de industrie – we geloven sterk in de aanhoudende behoefte aan en voordelen van beurzen.”

NIEUWE BESTUURDERS, VERTROUWDE GEZICHTEN

Florian Hess, Jens Pflüger en Christian Ulrich kennen hun taken al. Naast het werken als een team bij het aansturen van de coöperatie, haar dochterondernemingen en haar belangen, hebben ze ook duidelijk omschreven individuele verantwoordelijkheden. Florian Hess houdt als Executive Board Member Fair Management toezicht op de organisatie en marketing van de beurs. Daarnaast is hij ook verantwoordelijk voor het netwerk van vertegenwoordigers, het internationale beursprogramma World of Toys en de juridische zaken. Florian Hess trad in 2016 in dienst bij Spielwarenmesse eG als Directeur Fair Management, een functie waarin hij verantwoordelijk was voor de exposantenactiviteiten van alle beursprojecten en de verdere ontwikkeling ervan. Na zijn studie bedrijfskunde heeft hij ruime ervaring opgedaan met het begeleiden van diverse strategie- en change-managementprojecten in het buitenland. Hij organiseerde ook een



Dr. Hans-Jürgen Richter

toonaangevende internationale beurs voor kapitaalgoederen en was directeur van Hess Consulting GmbH – een dienstverlener voor beurzen zoals de Spielwarenmesse

De taak van Finance, Human Resources & IT wordt de verantwoordelijkheid van Jens Pflüger. Daarnaast zal hij zich ook ontfemen over de leden van de coöperatie, digitalisering en contractbeheer. Na zijn studies in IT en bedrijfsmanagement begon hij zijn loopbaan als hoofd IT en organisatie bij Göhler Tank- und Industrieanlagen. In het jaar 2000 trad hij toe tot Spielwarenmesse, waarmee hij het langst dienende teamlid op het hoofdkantoor in Nürnberg is. In zijn rol als Directeur IT & Finance was hij al verantwoordelijk voor het aansturen en ontwikkelen van de domeinen financiën, accounting, control management en IT. Jens Pflüger is ook CEO van SeG Beteiligungs GmbH.

Christian Ulrich is zowel Executive Board Member Marketing & PR als bestuurs-

woordvoerder. Hij is verantwoordelijk voor marketing, corporate communicatie, pers en public relations. Hij houdt ook toezicht op de ontwikkeling van nieuwe zakelijke kansen. Afgestudeerd in bedrijfskunde, startte hij zijn carrière als consultant voor de bureaugroep Serviceplan. Daarna volgde een periode bij Fischer Group, eerst als reclamemanager en tenslotte als hoofd internationale marketing. Hij trad in 2007 in dienst bij Spielwarenmesse eG als Director Marketing en was verantwoordelijk voor merkleiderschap, wereldwijde marketing voor alle beurzen en evenementen, en de creatie van de speciale shows. Daarnaast is Christian Ulrich Managing Director van het bureau “Die roten Reiter”, een dochteronderneming van Spielwarenmesse eG.

UITDAGINGEN

Hoewel de pandemie een hele reeks nieuwe uitdagingen met zich meebrengt, zien alle drie de leden van de Raad van Bestuur het potentieel van het bedrijf als een belangrijk zakelijk knooppunt dat wereldwijde industriële netwerken met elkaar verbindt. “We hebben uitstekende vooruitgang geboekt in het ontwikkelen van innovatieve concepten die de versnelde introductie van digitalisering omarmen en tegelijkertijd focussen op de unieke en onmisbare beleving van een fysieke vakbeurs. We zullen voortbouwen op het meer dan 70 jaar succes van Spielwarenmesse eG en zullen blijven voldoen aan de toekomstige eisen en verwachtingen van alle beursdeelnemers”, zegt Christian Ulrich.



Spielwarenmesse eG / Alex Schelbert

■ THEMA LICENSING

DE STERREN VAN DE SPEELGOEDWINKEL

LICENTIESPEELGOED BLIJFT EEN BELANGRIJKE MOTOR VAN DE GLOBALE SPEELGOEDVERKOOP. DE WISSELWERKING TUSSEN DE BEKENDE FIGUREN OP HET SCHERM EN DE PRODUCTEN OP DE SCHAPPEN IN DE SPEELGOEDWINKEL BLIJFT VAN NIET TE ONDERSCHATTEN BELANG.

De coronacrisis heeft de voorbije vijftien maanden de bioscoopkalender en daarmee ook de licentieplanning grondig door elkaar geschud. Grote titels als Ghostbusters: Afterlife en Top Gun: Maverick waren voorzien voor midden 2020, maar zullen nu pas in november in de bioscoop komen. Met het gevolg dat ook het bijhorende speelgoed een jaar lang 'on hold' werd gezet.

STREAMINGDIENSTEN

Al moet het gezegd dat het belang van de bioscooprelease als sleutelmoment de laatste jaren sterk is afgenomen. Het klassieke patroon, met de lancering van het speelgoed bij de bioscooprelease, en een nieuwe boost bij de dvd-release, is al lang niet meer de norm. Films worden steeds vaker gelanceerd via streamingdiensten, waardoor ook de licentiestrategie een andere aanpak vergt. Met Disney+ heeft de Amerikaanse entertainmentgigant Disney een unieke tool in handen om merken zoals Star Wars, Marvel, Pixar of Frozen voortdurend nieuwe impulsen te geven. Zo werd begin dit jaar

in de VS de Star Wars streamingreeks 'The Mandalorian' nog bekroond tot licentie van het jaar.

BIOSCOOPTOPPERS

Ondanks deze evolutie blijven de grote bioscoopreleases toch ook hun impact hebben. Een familie-uitje naar het grote scherm blijft een ervaring waar veel kinderen naar uitkijken. Daarom wordt er ook veel verwacht van Paw Patrol DE FILM, die in augustus verschijnt. Paw Patrol is al sinds 2013 een ijzersterk merk voor kinderen. De bioscoopfilm zal de franchise ongetwijfeld een nieuwe boost geven. Kinderen maken kennis met enkele nieuwe karakters, die ze vervolgens ook in de speelgoedlijn zien opduiken.

GAMES

Videogames blijven ook steeds nadrukkelijker een plaats binnen de licentiemarkt inpalm. Zo zagen we enkele jaren geleden de spectaculaire introductie van Fortnite, een merk dat naast het megasucces van de online game, ook enorm scoorde op boekentassen, kledij en speelgoed. En ook de meer klassieke videogames scoren als licentie. Afgelopen jaar wist LEGO met succes de Nintendo-held Mario in zijn speelgoed te introduceren, en dit jaar is het de beurt aan zijn broer Luigi.

SOCIAL MEDIA

De voorbije jaren zien we ook steeds meer licenties die vooral online groot zijn geworden. Baby Shark verzamelde eerst miljarden views op YouTube alvorens zich op het speelgoedterrein te wagen. In de VS is Ryan's World, een 9-jarige jongen die op het videokanaal speelgoed test, uitgegroeid tot een echt fenomeen die intussen zijn eigen speelgoedlijn heeft. Ook andere YouTubers pakken uit met licentieproducten, al beginnen ze in heel wat gevallen met kledij en accessoires.

... EN TAL VAN ANDERE MERKEN

Maar bij licentiespeelgoed hoeft het niet altijd om beroemdheden en figuren te gaan. Automerken horen bij de oudste licensors binnen het speelgoedsegment. Eerst vooral als diecast-speelgoedautootjes of modelbouwvoertuigen, maar intussen ook als 3D-puzzel. En intussen hebben ook sportmerken de weg naar het speelgoedsegment gevonden. LEGO introduceerde onlangs zelfs een Adidas-schoen als bouwset.





puzzels en spellen
ravensburger.nl



knutselproducten
tmessentials.nl



pluchen speelgoed
tiamo.nl



spellen
identitygames.nl



houten speelgoed
tmessentials.nl



Spielwarenmesse eG/ Christian Hartlmaier & Alex Schelbert

■ THEMA R/C

TE LAND, TER ZEE EN IN DE LUCHT

R/C-SPEELGOED HEEFT KINDEREN ALTIJD WETEN TE FASCINEREN. VAN DE EENVOUDIGE RACE-AUTO DIE ENKELE DECENNIA TERUG NOG EEN KABEL HAD, TOT EN MET DE HIGH TECH DRONE DIE VANDAAG DOOR ONZE HUISKAMERS VLIEGT. HET GEVOEL DAT ZE MET EEN SIMPELE VINGERBEWEGING HET VOERTUIG IN EEN BEPAALDE RICHTING UIT KUNNEN STUREN, GEEFT HEN EEN GEWELDIGE ERVARING.

De eerste R/C-auto's dateren uit in de jaren '60. Sindsdien zijn de voertuigen voortdurend blijven evolueren: snelheid, degelijkheid, besturing... Elk decennium werd er een enorme vooruitgang geboekt. De voertuigen konden overweg met moeilijke terreinen, werden voorzien van camera's, konden unieke stuntmanoeuvres uitvoeren... Het bleef ook niet bij auto's. Ook op het water en in de lucht kon men voertuigen vanop afstand gaan besturen.

OP ELK TERREIN

De klassiekers van het R/C-segment zijn natuurlijk de auto's. De liefhebbers van de grote rallycompetities kunnen aan de

slag met replica's van de wagens van hun favoriete piloten. Off-road racewagens zijn dan weer geschikt voor moeilijker terrein, en voor Monster Trucks van Spin Master is geen enkel obstakel te moeilijk. Amfibievoertuigen maken dan weer probleemloos de switch van het terrein naar het water. Innovatie is een absolute must in dit segment. We zien dan ook regelmatig voertuigen met dat originele extraatje. Een mooi voorbeeld daarvan is de Omni-X van Nikko, die in elk wiel 8 kleine rollers heeft zitten waar mee hij makkelijk zijdelingse acties, drifts en spins kan maken. Deze innovatie leverde vorig jaar de titel van Speelgoed van het Jaar op.

TOPTECHNOLOGIE

Ook op het water kan men heel wat R/C-plezier beleven. Wie een zwembad(je) of een waterpartij ter beschikking heeft in de tuin, kan zijn hart ophalen met een raceboot die soms spectaculaire snelheden behaalt. En natuurlijk is ook het luchtruim intussen al veroverd door R/C voertuigen. De laatste jaren hebben we hier enkele staaltjes van

absolute toptechnologie gezien. Drones worden steeds toegankelijker en makkelijker te besturen.

MEER DAN ENKEL R/C

Hoewel R/C in principe staat voor "radio controlled" is radiografische besturing (u weet wel, met frequenties en megahertzen) al even niet meer de algemene norm. Sommige voertuigen worden dan ook aangestuurd via WiFi- of bluetooth-technologie. Denk bijvoorbeeld aan de elektrische wagens van Injusa die door de ouders vanop hun smartphone bestuurd kunnen worden.



Spielwarenmesse eG/
Christian Hartlmaier & Alex Schelbert



Spielwarenmesse eG/
Christian Hartlmaier & Alex Schelbert



Bing wordt geproduceerd door Acamar Films en studio Brown Bag uit Dublin. Bing laat de vrolijke, rommelige en luidruchtige wereld van peuters zien op een hele invoelende en speelse manier. De wereld van Bing is herkenbaar voor elke peuter én de volwassenen die voor hen zorgen. De serie vertelt de grote verhalen in de kleine, dagelijkse momenten. En de toon is altijd positief en stimulerend. Is er een probleempje? Dan is er ook een oplossing! Bingsters, zoals de fans genoemd worden, en hun ouders hebben Bing dan ook in hun hart gesloten.

Sinds de introductie in het Verenigd Koninkrijk in 2014 is Bing een doorslaand succes. Zo wordt Bing momenteel uitgezonden in 130 landen over de hele wereld en beleeft de Serie grote successen in Europa, waaronder het VK, Italië, Polen en Nederland. In België blijft Bing ook groeien. Op Ketnet Junior worden de 104 Vlaamse afleveringen uitgezonden en sinds januari van dit jaar zijn er 26 gloednieuwe afleveringen gelanceerd. De aanwezigheid van Bing in de detailhandel groeit sterk en wordt uitgebreid met diverse licentie producten zoals o.a. speelgoed, boeken, magazine, puzzels, brooddozen & drinkbekers, rugtassen, knutselproducten, dekbedden etc. Deze producten zijn verkrijgbaar bij belangrijke retailers zoals ToyChamp, Fun, Dreamland, Makro en Bol.com.



licensing@acamarfilms.com - www.facebook.com/bingbunny - www.instagram.com/bingbunny



Live to
ride,
ride to
live

**SERIE
XTREME
24 V**



INJUSA



Het speelgoed en het servies van eKoala is gemaakt uit 100% bioplastic en is biologisch afbreekbaar. Bioplastic, afkomstig van hernieuwbare grondstoffen, is sterk en duurzaam. Het bevat geen toxische elementen en geen microplastics. Het is helemaal veilig voor baby's en kinderen en ook nog eens goed voor ons milieu, dubbele winst dus!

Speelgoed

Het speelgoedgamma bestaat uit een stapeltoren (met drumsticks), speelballen en een blokkenset. De blokkenset bestaat in een klein en groot formaat. Het speelgoed is gemaakt in vrolijke kleuren want kinderen houden van kleur.

(Kinder)servies

Het servies bestaat uit soepkommen, grote borden, bekers en bestek. Opwarmen in de microgolfoven? Geen probleem. Een deel van de collectie is bovendien ook vaatwasbestendig. De collectie bestaat in felle en zachte kleuren, voor elk wat wils.





BOUW JE EIGEN DROOMATLEET IN DE OFFICIËLE GAME VAN DE OLYMPISCHE SPELEN TOKYO 2020

MET 18 OLYMPISCHE EVENEMENTEN IN ARCADE-STIJL, EEN ROBUUSTE AVATAR CREATOR, ONLINE-VARIANTEN VOOR 8 SPELERS EN UITGEBREIDE AANPASSINGSMOGELIJKHEDEN, WAARONDER MEER DAN 50 KOSTUUMS, BIEDT OLYMPIC GAMES TOKYO 2020 (VERKRIJGBAAR VOOR DE NINTENDO SWITCH™, PLAYSTATION®4 EN XBOX ONE) SPORTLIEFHEBBERS VAN ALLE LEEFTIJDEN DE KANS OM HUN OLYMPISCHE DROMEN THUIS WAAR TE MAKEN.

Olympic Games Tokyo 2020 biedt fans van alle leeftijden de kans om het wereldwijde podium te betreden in 18 vermakelijke, arcade-stijl Olympische evenementen, inclusief de 100 meter, verspringen, basketbal, BMX, Rugby Sevens, sportklimmen, tennis en nog veel meer. Spelers kunnen het opnemen tegen vrienden en familie in verschillende solo- en online-modi, waaronder Practice Mode, Ranked Games en meer. De ervaring wordt extra overtuigend door de realistische reproducties van echte Tokyo 2020-locaties (inclusief het Olympisch Stadion).

Naast 18 speelbare evenementen, bevat Olympic Games Tokyo 2020 een uitgebreide Avatar Creator waarmee spelers de Olympische atleet van hun dromen kunnen bouwen en aanpassen. Wil je verspringen als piraat of de eerste judokampioen in een ruimtepak worden? Meer dan 50 kleurrijke kostuums, waaronder die van Miraitowa (de officiële Olympische mascotte!) en Sonic the Hedgehog, bieden spelers een keur aan leuke creatieve aanpassingsmogelijkheden. Spelers kunnen ook de codes van hun avatars delen met vrienden om samen het ultieme dreamteam te vormen.



DUALSENSE CONTROLLERS VOOR PLAYSTATION® 5 IN 2 NIEUWE KLEUREN



SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT LANCEERT TWEE NIEUWE KLEUREN VAN DE DUALSENSE DRAADLOZE CONTROLLER DIE GEÏNSPIREERD ZIJN OP DE STERRENSTELSLS: MIDNIGHT BLACK EN COSMIC RED. DE STANDAARD DUALSENSE IS WIT EN VELE GAMERS KEKEN REIKHALZEND UIT NAAR DE NIEUWE KLEUREN DIE EEN PERSOONLIJKE TOETS GEVEN AAN HUN GAMEBELEVING.

Midnight Black heeft twee subtiel verschillende tinten zwart met lichtgrijze details die weergeven hoe we de ruimte zien bij een nachtelijke hemel. Cosmic Red heeft een opvallend zwart en rood ontwerp, verwijzend naar de unieke levendige tinten rood die overal in de kosmos te vinden zijn.

De DualSense controller voor PS5 was bij de lancering in november vorig jaar een radicale verandering ten opzichte van de vorige controllers, met innovatieve functies zoals haptische feedback en adaptieve triggers. Haptische feedback betekent dat de controller je heel nauwkeurig laat voelen wat je aan het doen bent. Met de adaptieve triggers krijg je een verschillend gevoel en effect naargelang je de trekkers zachter of harder indrukt.

Naast andere technische functies zoals de geïntegreerde audio en de create-toets, was er nog een merkbare verandering - de gedurfde, tweekleurige kleurkeuze was ook een belangrijke vernieuwing in het design ten opzichte van de vorige generatie PlayStation controllers.



SOPHIE
LA GIRAFE®
~ Paris 1961 ~



VERDEELD VOOR BELUX DOOR 
contact@ddktoys.be www.sophie-la-girafe.be

WERELDWIJDE SPEELGOEDINDUSTRIE BLIJFT VOORUITGAAN TE MIDDEN VAN DE PANDEMIE

DE SPEELGOEDINDUSTRIE KENDE IN 2020 EEN ONGEKENDE GROEI. HEEL WAT GEZINNEN ZATEN TIJDENS DE PANDEMIE THUIS VAST, EN DE KINDEREN SPEELDEN, SPEELDEN EN SPEELDEN... VOLGENS THE NPD GROUP IS DE VERKOOP VAN SPEELGOED IN 12 WERELDWIJDE MARKTEN TUSSEN JANUARI 2020 EN JUNI 2020 MET 9 PROCENT GESTEGEN IN VERGELIJKING MET DEZELFDE PERIODE IN 2019. DE VS KENDE DE HOOGSTE PROCENTUELE GROEI MET 16 PROCENT, GEVOLGD DOOR CANADA (9%), DUITSLAND (9%), HET VK (8%) EN NEDERLAND (6%).

Maar voor velen die in de speelgoedindustrie werken, is het een uitdagende tijd geweest. The U.S. Toy Association en de hele industrie moesten in het voorjaar van 2020 snel schakelen te midden van een nieuw speelgoed-, speel- en winkellandschap. Intussen is het de normale gang van zaken geworden om het onverwachte te verwachten. Maar men is blij te kunnen melden dat het onverwachte positieve resultaten heeft opgeleverd. "The Toy Association biedt een gevarieerd portfolio van live, digitale en virtuele initiatieven voor de wereldwijde speelgoedgemeenschap", zegt Kimberly Carcone, vice president of market events bij The Toy Association. "We werken dag in dag uit om ervoor te zorgen dat verkopers en kopers elkaar blijven ontmoeten en succesvol zaken blijven doen op wereldwijde schaal."

Hier zijn enkele van de mogelijkheden die The Toy Association momenteel biedt:

- Toy Fair Everywhere is het enige digitale B2B-platform in de speelgoedindustrie dat kopers en verkopers, die hun bedrijf elke dag van het jaar willen laten groeien, wereldwijd verbindt. Het platform biedt kopers onbeperkte mogelijkheden om bij toonaangevende speelgoedmerken te

shoppen, productdemo's in te plannen en bestellingen te plaatsen.

Onlangs heeft The Toy Association aangekondigd dat Toy Fair Everywhere het hele jaar door productcategorie-gedreven evenementen zal organiseren gedurende periodes van twee weken, waaronder speciale markt-evenementen voor bouw- en constructiespeelgoed, arts & crafts, educatief speelgoed, baby-/kleuterspeelgoed en schoolartikelen.

Bedrijven met jaarlijkse showrooms zullen deelnemen aan deze speciale evenementen om op te vallen voor kopers via directe e-mails, sociale berichten en de Toy Fair Everywhere ontdekkingspagina's. Tijdens de evenementen zullen bedrijven live virtuele meetings houden om productaankondigingen te doen en speciale aanbiedingen voor te tellen voor kopers die rechtstreeks op de site kopen. Ga zeker een kijkje nemen op www.ToyFairEverywhere.com voor meer informatie en om spannende nieuwe producten te bekijken.

- De reeks Private Previews van The Toy Association, die afgelopen herfst van start ging, brengt speelgoedverkopers in contact met belangrijke kopers in de detailhandel, zodat ze hun producten kunnen presente-

ren en in de winkelrekken kunnen krijgen. Recente privé-previews werden gehouden met Urban Outfitters, Target en Toys "R" Us Canada. E nook de Canadese retailer Indigo Books and Music organiseerde op 24 juni ook een besloten preview.

Hoewel virtuele opties van cruciaal belang zijn en zullen blijven, zelfs na de pandemie, weten we dat er niets een persoonlijke ontmoeting kan vervangen. "We zijn dan ook verheugd om de terugkeer van twee grote 'in-person' marktplaatsen aan te kondigen", aldus Carcone.

- Toy Fair Dallas staat gepland van 5 tot 7 oktober 2021 in het Dallas Market Center. Voor massaretailers en speciaalzaken is Toy Fair Dallas lang de plek geweest om last-minute items voor het vierde kwartaal te scouten en innovatieve nieuwe producten te bekijken voor het volgende jaar.

- Toy Fair New York keert terug naar het onlangs gerenoveerde en uitgebreide Javits Convention Center, van 19 tot 22 februari 2022. Al bijna 120 jaar is Toy Fair New York een cruciale ontmoetingsplaats voor iedereen op het gebied van spelen. Iedereen is dan ook verheugd om weer samen te komen voor deze langverwachte show! Bezoek www.ToyFairNY.com voor meer informatie.



■ KIDS WORLD DAYS

HET PERFECTE ALTERNATIEF VOOR DE GROTE BEURZEN

MEER DAN OOIT IS TRADEMART EEN PLEK WAAR WINKELIERS DICHT BIJ HUIS EN IN VEILIGE OMSTANDIGHEDEN MERKEN UIT DE BABY & KIDS SECTOR KUNNEN ONTDEKKEN. BIJ HET BEGIN VAN DE HERFST WORDT DIT AANBOD NOG EENS UITGEBREID IN DE KIJKER GEZET TIJDENS EEN NIEUWE EDITIE VAN DE KIDS WORLD DAYS, OP 26, 27 EN 28 SEPTEMBER 2021.

De laatste edities van de Kids World Days waren een enorm succes. “Steeds meer retailers vinden de weg naar Trademart”, aldus Lies Vandiest van Trademart. “Ze ontdekken steeds vaker dat hier veel merken staan en dat wij eigenlijk een perfect alternatief vormen voor de grote beurzen. We hebben gezien dat het aantal bezoekers in onze baby & kids afdeling sterk gestegen is, met 65%. Een mooi aanbod van merken, dicht bij huis, om op een veilige manier te ontdekken. Als winkelier uit het baby- en kidssegment kan je hier heel wat vinden. Het lijkt misschien niet zo’n grote zone, maar er zijn heel wat agenten met een pak merken. En er is hier niet zo’n drukte als op een internationale beurs, wat in deze tijden zeker een extra troef is.”

NAJAARSEDITIE MET EEN PAK NIEUWIGHEDEN

Hoewel de Kids World Days ook een voorjaarseditie hebben is de najaarseditie toch de belangrijkste afspraak. “De najaarseditie is wat groter en belangrijker, omdat er dan meer nieuwigheden te presenteren zijn. We weten ook dat er bepaalde grote merken niet meer naar de grote beurzen zullen gaan, wat maakt dat bezoekers bepaalde nieuwigheden in Brussel in preview kunnen ontdekken. We hebben hiervoor opnieuw drie dagen voorzien. Op zondag zien we traditioneel de kleinere winkels, die gebruik maken van hun sluitingsdag. Maandag is op vlak van traffic de beste dag met heel wat aankopers. En op dinsdag zien we vaak de grotere spelers. Elke dag heeft dus een andere invulling.”

GASTEXPOSANTEN

Dit najaar zal het aanbod van de vaste exposanten op Trademart opnieuw versterkt worden door een reeks gastexposanten. “De winkeliers appreciëren dat ze er nichemerken kunnen vinden waarmee zij zich kunnen differentiëren. Hoe groter het aanbod, hoe relevanter het is voor de bezoekers om naar hier te komen. En hoe meer bezoekers er langskomen, hoe interessanter het wordt voor de exposanten. Dat is een positieve cirkelbeweging die wij willen versterken. Bijna 80% van de nieuwe exposanten op Trademart zijn trouwens gestart als gastexposant. Bedrijven die denken nog te klein te zijn voor een vaste showroom, kunnen op die manier het concept uittesten aan zeer democratische voorwaarden.”

T O C H T E V E N T



VERHUIS NAAR NIVEAU D

Het positieve elan van de Kids World Days past binnen de nieuwe impulsen die Trademart aan zijn baby & kids afdeling wil geven. “We willen dat baby & kids een belangrijk departement is binnen Trademart. Wij geloven in die merken, wij geloven in die winkeliers, en wij gaan die ten volle ondersteunen door hen een zo faciliterend mogelijk handelscentrum te bieden. Daarom hebben we – in overleg met de exposanten – besloten om de baby & kids afdeling op Trademart te verhuizen, en te laten aansluiten bij de afdeling home & living. Er zijn namelijk heel wat synergieën tussen beide sectoren, met winkeliers die zowel collecties uit beide afdelingen aanbieden. Het is dus een logische stap om deze ook fysiek samen te brengen, op niveau D van Trademart. Als 70% van de huidige exposanten zijn akkoord geeft, zetten we deze verhuis definitief in gang.”

BABY & KIDS 2.0

Maar de veranderingen zullen verder gaan dan enkel maar een verhuis. “We willen echt gaan voor een baby & kids 2.0. Alles wordt volledig vernieuwd, zowel qua uiterlijk als qua concept. Zo zullen we bijvoorbeeld plekken voorzien voor meer mature bedrijven, maar ook plekken voor startups, en alles wat daar tussenin zit. Het wordt dus echt een concept op ieders maat. Er zullen shared showrooms zijn, waar bedrijven een ruimte kunnen delen, en prachtige locaties met zicht op het park of het Atomium. De gangen worden breder gemaakt, en overall zal er daglicht binnenkomen, voor een hele loftachtige, trendy look. Er komen lounge-eilanden waar men even kan gaan zitten, en productpresentaties die voor beleving en inspiratie zorgen. Het gaat dus veel minder sec zijn dan de ruimte die we nu hebben. We willen onze klanten een departement tonen dat beantwoordt aan wat zij verwachten van een merkencentrum. Het is de bedoeling

dat iedereen na de zomer van 2022 op zijn nieuwe plek zit.”

DIGITAAL PLATFORM

Intussen is Trademart ook bezig met de ontwikkeling van een virtuele marktplaats. “Voor deze digitale Trademart zijn we een samenwerking aangegaan met een reeds bestaand platform uit de Verenigde Staten. Het is de bedoeling dat we over die Amerikaanse knowhow een Europese saus gieten om zo onze eigen digitale marktplaats te creëren. En baby & kids en home & living zijn de eerste twee afdelingen die we op dit nieuwe platform zullen plaatsen. Het is veel meer dan een digitale B2B-shop, er gaat ook ruimte zijn voor inspiratie. Voor de bedrijven zelf gaat er een volledige back-end zijn, waar zij hun business op kunnen runnen. Op die manier helpen we merken en agenturen om zich verder te professionaliseren en bijgevolg ook om de retailers zo goed mogelijk te bereiken, zowel fysiek als digitaal.



Ik leer ontdekken

Bij Jumbo geloven wij dat kinderen in alle vrijheid kunnen en willen leren!

Ook de allerjongsten spelen en experimenteren graag zelf. Omdat zij creatief zijn en ook graag zelf spelletjes verzinnen, kan het educatieve materiaal van 'Ik leer ontdekken' op veel verschillende manieren gebruikt worden. Er is alle ruimte om de spellen aan te passen aan het tempo en de interesses van het kind.

De vier verschillende spellen van 'Ik leer ontdekken': Getallen, Letters, Dieren en Yoga & Mindfulness, bevatten veel intuïtief materiaal dat aansluit bij het Montessori-, Waldorf- en Freinetonderwijs. Het kind ontwikkelt nieuwe vaardigheden, leert zelfstandig de grenzen verleggen en op eigen wijze vrij te ontdekken.



Telefoon : +31 (0) 75 653 1300



Jan van Haasteren Junior

Een Jan van Haasteren-puzzel is méér dan alleen een legpuzzel van een plaatje. Elke puzzel, vertelt een nieuw avontuur van de Jan van Haasteren-familie, boordevol verrassende en komische details. Stukje voor stukje ontdek je wat de familieleden beleven en maak je hun avontuur compleet.

Het aantal enthousiaste Jan van Haasteren puzzelaars is het afgelopen jaar weer flink gegroeid. Met zes gloednieuwe puzzels breidt de collectie zich uit onder de titel Jan van Haasteren Junior. Ook deze puzzels met de vertrouwde hoofdrolspelers in een eindeloos decor vol absurde details hebben de prachtige felle kleuren waar de Jan van Haasteren puzzels bekend en geliefd om zijn. Kinderen vanaf 5 jaar kunnen met deze in moeilijkheidsgraad oplopende puzzels, 150 – 240 en 360 stukjes, hun eerste stapjes zetten in de verwonderende kleurrijke wereld van Jan van Haasteren.



Telefoon : +31 (0) 75 653 1300

T O Y E V E N T



Begin 2022 willen we hiermee volledig ‘up and running’ zijn. Het is trouwens ook de bedoeling dat er meer merken op zullen staan, dan enkel de merken die hier fysiek aanwezig zijn, om zo de winkeliers een nog completer aanbod te kunnen presenteren”, aldus Lies Vandiest.

REBRANDING

In afwachting van deze digitale marktplaats lanceert Trademart binnenkort ook een volledig nieuwe website. “Met deze nieuwe website willen we vraag en aanbod nog dichter bij elkaar brengen, en nog meer inspireren”, vertelt Dieter Eeckhout van Trademart. “Naast de nieuwe website is er ook een algemene rebranding met een heropfrissing van het logo. Hierbij zullen we voortaan de naam ‘Trademart’ hanteren in plaats van ‘Trade Mart Brussels’. Dit wil echter niet zeggen dat we niet trots zijn op onze Brusselse roots, integendeel. Maar het

past gewoon binnen onze ambitie om – ook via de digitalisering - meer een Benelux- of zelfs Europese speler te worden, in plaats van een puur Belgische. Ten slotte hebben we ook onze bezoekersdatabases uitgebreid, vooral binnen baby & kids. Dit moet ons helpen om ons bereik nog verder uit te breiden.”

INVESTEREN OM TE EVOLUEREN

Naast conceptuele investeringen werd er ook nog in het gebouw geïnvesteerd. “De volledige ingang aan de kant van de Atomiumlaan zal bij het volgende bezoek volledig gerenoveerd zijn. En zo zijn er nog enkele kleinere projecten doorheen het hele gebouw. Verder hebben we ook geïnvesteerd in digital wayfinding. Voortaan zal je als bezoeker ook via de app makkelijk je weg kunnen vinden doorheen ons gebouw. We proberen dit zo makkelijk mogelijk te

maken. Vorig jaar hebben heel wat bezoekers Trademart ontdekt als een waardig alternatief. En ondanks corona wordt er dus geïnvesteerd om Trademart verder te laten evolueren.”

Download via deze QR-code de wayfinding app, om zo je volgende bezoek aan Trademart optimaal voor te bereiden.



Ticket to Ride

Het "must have" familie bordspel, om de spoorweg te veroveren!

Ticket to Ride, het bordspel waar overal ter wereld over gesproken wordt!

Dit kleinood, uitgegeven door Days of Wonder en wereldwijd verdeeld door Asmodee zal zeker in de smaak vallen bij de hele familie! Eenvoudig en toegankelijk, de eenvoudige spelregels beloven uren speelplezier!

Een veilige keuze voor uw spelbibliotheek, want in 2005 werd het bekroond met de prestigieuze trofee "As d'Or - Spel van het Jaar", waarmee het een vooraanstaande plaats innam op de Franse markt. Het spel wist soortgelijke prijzen in de wacht te slepen in de Verenigde Staten, Spanje en Japan, en werd ook bekroond met het prestigieuze Duitse "Spiel des Jahres" in 2004.



De nieuwste editie, **Ticket to Ride Europe: 15th Anniversary** is nu verkrijgbaar in de winkels! Deze uitgebreide Collector's Edition van Ticket to Ride Europe™ is een eerbetoon aan jaren van spannende treinavonturen met familie en vrienden over de hele wereld. Ticket to Ride Europe: 15th Anniversary is een compleet, op zichzelf staand spel dat gespeeld kan worden door 2-5 spelers, in de leeftijd van 8 jaar en ouder, en dat tussen de 30-60 minuten duurt. De spelversie bevat fijn gebeeldhouwde wagons en stations, verpakt in prachtige metalen dozen, allemaal uniek en gestempeld met een eigen logo. Het spel is tevens voorzien van een groot spelbord en is verfraaid met nieuwe illustraties en alle bestemmingskaarten die tot nu toe zijn uitgebracht. De Collector's Edition is vanaf nu wereldwijd verkrijgbaar!



De Collector's Edition is duurder vanwege de hoge kwaliteit van het materiaal, maar niet-verzamelaars kunnen gaan spelen met de best verkopende en wereldberoemde dozen; Ticket to Ride Europe en Ticket to Ride US.



Voor jongere spelers die niet vertrouwd zijn met bordspellen, heeft Days of Wonder een paar jaar geleden zelfs "Cities"-versies uitgebracht (Reis naar New York, Londen en Amsterdam!). Deze snellere versies van het spel zijn een goede manier om met de Ticket to Ride spelreeks te beginnen.



En voor de allerkleinsten is er ook een "Mijn Eerste Reis"-versie beschikbaar voor spelers vanaf 6 jaar!



Het groeiende succes van Ticket to Ride heeft de deur geopend voor talrijke extra uitgaven. Nieuwe regels, nieuwe bordes, er is geen continent (of bijna) dat geen recht heeft op zijn uitgave van het spel. Elk bord volgt specifieke regels, waardoor het spel een klassieker is geworden die voortdurend wordt vernieuwd, tot groot genoegen van de verzamelaars.

Een woordje over de auteur ?

De auteur van het spel, Alan R. Moon, geboren in Groot Brittannië en gepassioneerd door bordspellen, begon zijn loopbaan als assistent van een auteur en werd daarna spelontwikkelaar bij Parker Brothers. Daarna richtte hij zijn eigen uitgeverij op, White Wind. Alan is de bedenker of mede auteur van enkele tientallen spellen.

Wat is de waarde van Ticket to Ride in cijfers?

- Vertaald in 33 talen wereldwijd!
- Verkocht in meer dan 40 landen!
- 10 miljoen spellen wereldwijd verkocht!
- 80 miljoen spelers!

Om deze vijftiende verjaardag te vieren, vindt de hele zomer een tentoonstelling plaats in een idyllisch decor, de "Train World", beter bekend als het Treinmuseum!



Kom bij ons langs en ontdek hoe dit spel zo populair is geworden! Kom en test deze gloednieuwe editie ter plaatse. Tijdens het weekend zijn er professionele animatoren aanwezig om u door een spelsessie te loodsen! Met behulp van een snelle vragenlijst en na een bezoek aan de tentoonstelling, kunt u proberen de speciale deluxe editie te winnen!

Inside News

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

NIEUWE GENERATIE AAN HET ROER BIJ SIMBA DICKIE



Michael Sieber heeft zijn functie als CEO van de Simba Dickie Group neergelegd en het management van de groep overdragen aan zijn zoon. Florian Sieber is sinds 1 mei 2021 de nieuwe CEO van de Simba Dickie Group.

Het familiebedrijf, de SIMBA DICKIE GROUP, is ontstaan uit Simba Toys, dat Michael Sieber in 1982 samen met zijn vader Fritz Sieber oprichtte. Hij ontwikkelde het tot een succesvolle en internationale ondernemingsgroep, waarvoor hij als CEO heeft gediend. In 2018 benoemde Michael Sieber zijn zoon, Florian Sieber, als zijn aangewezen opvolger en co-CEO van de SIMBA DICKIE

GROUP, die nu de derde generatie ingaat. Verder is Florian Sieber sinds de zomer van 2013 directeur van de modelspoorfabrikant Märklin. De directie wordt nu gevormd door Florian Sieber, Manfred Duschl en Uwe Weiler. Michael Sieber zal zijn schat aan ervaring als partner blijven gebruiken en daarbij ondersteuning en advies geven als dat nodig is.

www.simba-dickie-group.com

SONIC VIERT ZIJN 30^{STE} VERJAARDAG!



Sonic The Hedgehog is een van de meest iconische videogamepersonages ter wereld en best verkochte gaming franchise tot dusver. In 2020 vierde SEGA zijn 60ste verjaardag tegelijkertijd met de release van de eerste Sonic The Hedgehog-film. De film was een groot succes met meer dan \$300M box office en \$100M in de openingsweek en dat wereldwijd in meer dan 40 landen!

Dit jaar viert Sonic zijn 30ste verjaardag met verschillende releases en lanceringen. Zoals de aankondiging van de officiële Sonic The Hedgehog Lego-set, nieuwe Sonic-games waaronder de samenwerking met Minecraft, en nieuwe content om huidige en nieuwe fans te bereiken.

2022 belooft het jaar te worden waarin Sonic The Hedgehog te zien zal zijn in een gloednieuwe animatieserie! Deze zal exclusief te zien zijn op Netflix en is ontwikkeld voor kids 6 tot 11 jaar. En na het succes van de eerste film zal in april 2022 de tweede film in de bioscopen komen!

Voor meer informatie over SEGA of Sonic the Hedgehog of een van de andere Wildbrain CPLG merken, contacteer Maud Rambonnet maud.rambonnet@cplg.com

www.cplg.com

CUBIQ: EEN PUZZEL MET PATRONEN... IN 3D!

Kun je 3D-patronen maken met de 8 kleurrijke puzzelstukjes en hun 8 witte tegenhangers? Zet je ruimtelijk inzicht, logica en deductievaardigheden aan het werk terwijl je in elke uitdaging kubussen met een uniek kleurenpatroon maakt!

De doos omvat een spelbord, 8 kleurrijke puzzelstukken en hun 8 witte tegenhangers. Daarnaast is er ook een boekje met 80 opdrachten en hun oplossingen.

www.smartgames.eu



VAN PET NAAR PLUCHE

Van der Meulen staat bekend om de ruime collectie speelgoed, in de breedste zin van het woord. Het productontwikkelingsteam van Van der Meulen heeft zich recent verdiept in milieubewust speelgoed. Dit heeft geresulteerd in een volledig zelf ontwikkelde lijn met pluche producten, onder de naam Pet Friends. In deze knuffels zijn PET-flessen verwerkt, die als afval in de natuur terecht zijn gekomen. Elke knuffel uit de collectie is gemaakt uit 100% gerecyclede plastic. Superfijn om mee te spelen en goed voor het milieu!

Van der Meulen introduceert een collectie, die geïnspireerd is op de zee. Voor de consument zal het Pet Friends concept hiermee ook herkenbaar worden: we kennen allemaal de plastic soep, die uit de zee wordt gevist. Wat is het een fijn idee, dat hiervan weer nuttige & aantrekkelijke artikelen kunnen worden gemaakt! De kleine dieren (20 cm) worden in een handige kartonnen toonbankdisplay geleverd: er is keuze uit een witte en grijze zeehond, grijze en blauwe dolfijn, een orka en een mix-display. De grotere dieren worden los geleverd: er is een grijze haai van 33 en 55 cm, plus alle hiervoor

genoemde dieren in de afmeting 40 cm. In de 55 cm haai zijn maar liefst 15 PET-flessen verwerkt!



www.vandermeulen.com

OP VERKENNING & ONTDEKKING



Ons huis hebben we nu wel genoeg verkend: tijd om er op uit te trekken en ons mooi landje te (her)ontdekken. Willen de kindjes ondertussen tekenen wat ze zien, of er een mooi gedichtje over schrijven? Dat kan allemaal in dit handig all-in-one tekenetui.

Dit mooi Oeko-Tex katoenen setje is verkrijgbaar met tekenboekje en 12 potloden (FSC uiteraard) en slijpertje in verschillende prints. U kan de catalogoog verkrijgen bij hello@tinymagic.be

www.tinymagic.be

POP-UP PEOPLES!

Bij Bouhon vindt men ze geweldig! Deze schattige pop-up figuren van zachte stof staan prachtig in elke kinderkamer. Ze houden een klein schoolbord vast waarop je een boodschap kan schrijven, zoals de naam van je kind, een welkomstboodschap of wat je ook wil. De benen zijn uitrekbaar, waardoor je ze makkelijk aanpast aan je kind – ze worden maximaal 132 cm groot.

www.bouhon.net



DE VOORBEREIDINGEN VOOR DE RESTART EDITIE VAN KIND + JUGEND 2021 ZIJN IN VOLLE GANG



Bijna 180 bedrijven uit ongeveer 20 landen zullen van 9 tot 11 september 2021 exposeren in hal 10.2 van Koelnmesse. "Het is belangrijk dat we het voortouw nemen voor de industrie", zegt Oliver Frese, Chief Operating Officer van Koelnmesse. "Deze heropstart betekent het begin waar we allemaal op wachten. Dankzij ons #B-SAFE4business hygiëne- en veiligheidsconcept, in overeenstemming met de huidige maatregelen, is het gerichte evenement van 2021 een voorbeeld van hoe beurzen eruit kunnen zien en functioneren."

De exposanten op de restart-editie van Kind + Jugend 2021 laten met hun compacte presentatie zien dat de branche voor baby- en peuterproducten mee is met de laatste trends.

Bedrijven als Lässig, Thule, Engel, Sterntaler

en Thermobaby staan voor duurzame en overtuigende producten en concepten. Naast het assortiment van de exposanten geeft het Trend Forum van Kind + Jugend op prikkelende wijze inzicht in trends en ideeën, die door experts als Trendbible worden voorbereid. Het digitale platform Kind+Jugend @home zal ook exposanteninformatie en presentaties tonen.

De restarteditie van Kind + Jugend 2021 zal in hal 10.2 worden ondergebracht, en dit op een manier die het naleven van de afstands- en andere hygiëneregels gemakkelijk maakt. Met behulp van een app kunnen bezoekers ook de drukte ontwijken. Toegangskarten zijn exclusief online verkrijgbaar. Met ingang van het beursseizoen in het najaar wordt toegang tot het beursterrein alleen verleend aan personen die volledig zijn ingeënt, in het afgelopen half jaar hersteld zijn van COVID-19 of een actuele, negatieve testuitslag hebben. Bedrijven die dit jaar niet op de beurs aanwezig kunnen zijn, krijgen via het programma "Remote Booth Plus" alsnog de mogelijkheid om met een eigen stand deel te nemen.

www.kindundjugend.com

STAP IN DE WERELD VAN ESCAPE ROOM THE GAME

Het gamma van Escape Room The Game groeit. Met begin dit jaar Puzzle Adventures en eind mei/begin juni Challenge werd het merk groter. Daarom komt Identity Games met een overkoepelende slogan voor dit gamma: Stap in de wereld van Escape Room The Game. De slogan is het begin van een volledig nieuwe koers die Identity Games met het merk in zal gaan.

Een onderdeel van deze koers, is dat Identity Games haar Escape Room The Game Startersset (voorheen basisspel 1) en basisspel 2 heeft verduurzaamd. Dit heeft Identity Games gedaan door de plastic enveloppen uit de verpakking te halen en te vervangen door papieren enveloppen. Tevens heeft basisspel 2 een vernieuwd uiterlijk gekregen, wat aansluit bij de vernieuwde Startersset.

www.identitygames.nl



SOPHIE DE GIRAF VIERT 60^{STE} VERJAARDAG MET SPECIALE LIMITED EDITION



©Sophie la girafe. Tous droits réservés. Modèles déposés.
All rights reserved. Design patent.

Sinds de allereerste Sophie de giraf 60 jaar geleden het licht zag, heeft ze wereldwijd al zo'n 70 miljoen kinderen getroost bij doorkomende tandjes. En nog steeds wordt het populaire Franse babybijspeeltje op precies dezelfde wijze gemaakt: van 100% natuurrubber en handbeschilderd met eetbare verf.

Om dit bijzondere jubileum te vieren, wordt een limited edition Sophie de giraf uitgebracht: zonder haar iconische bruine giraffenvlekken, maar met een nieuwe kleur en design. Fans uit de hele wereld én een speciale jury bepaalden de looks van deze 'Sophie by Me', die vanaf september ook in Nederland in een beperkte oplage verkrijgbaar is.

Wereldwijd kregen fans van Sophie de giraf de mogelijkheid om een eigen Sophie de giraf samen te stellen, waarbij uit diverse kleuren en designs kon worden gekozen. De vijf meest populaire combinaties werden voorgelegd aan een speciale jury, die vervolgens bepaalde welke 'Sophie by Me' in september als speciale jubileumversie in beperkte oplage zal worden uitgebracht.

www.kleinegiraf.nl



Escape Your House

Vanaf september 2021 lanceert Identity Games hun nieuwste product in de "Escape Room The Game IJN" namelijk "Escape Your House" Spy team. Een ideaal "actief en cooperatief" spel voor het hele gezin! (Kinderen 8+)

In deze nieuwste versie maak je een "Escape Room" van je eigen huis, met als doel binnen zo snel mogelijk te ontsnappen. Je gaat de uitdaging aan in 6 spannende missies.

Het ontsnappen gebeurt niet zoals op de klassieke manier door het oplossen van raadsels rond de tafel, maar in "Escape Your House" zoek je naar de verschillende vragen/raadsels/breïnbrekers die verspreid liggen over het hele huis. De vragen in de ene kamer kunnen niet opgelost worden zonder de informatie uit een andere kamer. Hectiek alom. Samenwerken is dus de boodschap, want je hebt elkaar meer dan ooit nodig om op tijd te ontsnappen. Het spel komt met een uniek Super Slot met een timer en zodra de timer in het Super Slot wordt gedrukt stop de tijd en kan je 'ontsnappen'.



www.identitygames.nl

FOX & CIE KLAAR OM VLAANDEREN TE VEROVEREN



Er is een spreekwoord dat zegt: "Het leven is als fietsen, als je stopt met trappen, stopt alles en dan val je ...". Ondanks de huidige situatie in de retail en de coronacrisis heeft FOX & Cie dan ook beslist om vooruit te blijven gaan, om verder te groeien met de opening van 3 nieuwe winkels in Kortrijk, Sint-Niklaas en Wijnegem.

Met 12 winkels in Wallonië en 6 in Brussel is het Belgische merk momenteel goed vertegenwoordigd in het Franstalige deel van het land. Het is nu dus al een grote speler op de Belgische speelgoedmarkt. Maar tot nu toe had het netwerk geen verkooppunt in Vlaanderen... Een markt die heel anders is dan de Franstalige markt, met een veel sterkere internetpenetratie met de ultradominante positie van Bol.com, de recente verdwijning van enkele grote spelers, de vele speciaalzaken, en de sterke positie van de marktleider.

De opening van de 3 nieuwe verkooppunten wordt dan ook intern beschouwd als de lancering van een nieuw merk in een nieuwe markt. Een echte uitdaging die het merk heeft besloten aan te gaan met de inzet van een gloednieuw team van 12 personen. De 3 winkels zijn ideaal gelegen in grote winkelcentra in het noorden van het land. De eerste winkel werd half juni geopend in de Waasland Shopping in Sint-Niklaas. De tweede volgde eind juni in K in Kortrijk en het derde verkooppunt opent half september in Wijnegem Shopping. Het gaat hier om zijn 3 geïntegreerde verkooppunten. De openstelling voor franchising in Vlaanderen wordt aangekondigd voor 2022.

www.foxetcompagnie.be

TOY FAIR NEW YORK ONTVANGT "WORLD OF TOYS" VAN SPIELWARENMESSE EG

The Toy Association, organisator van Toy Fair New York, heeft een nieuwe samenwerking aangekondigd met Spielwarenmesse eG om het World of Toys Paviljoen van de Nürnbergse organisator naar Toy Fair New York 2022 (19-22 februari) te brengen. Het is de eerste keer dat Toy Fair New York een World of Toys-paviljoen organiseert. Deze gelegenheid werd mogelijk gemaakt door het onlangs uitgebreide Jacob K. Javits Convention Center en zal de ervaring van de Toy Fair-bezoekers verrijken door nog meer wereldwijde merken en speelgoed naar de show in New York City te brengen.



Spielwarenmesse eG's World of Toys-programma biedt een instapklaar platform voor het exposeren op internationale branche-evenementen, waardoor bedrijven toegang hebben tot wereldwijde markten en retailers.

Exposanten in het World of Toys Pavilion op Toy Fair New York zullen uitgebreide ondersteuning krijgen bij het organiseren van hun aanwezigheid op de markt, inclusief een kant-en-klare stand met basismebubilair en armaturen. Het dienstenpakket omvat initiële planning, organisatorische en marketingdiensten en on-site ondersteuning. Het paviljoen wordt ondergebracht op een centrale locatie op niveau 3 van het Javits Center.

www.spielwarenmesse.de
www.toyfairny.com

NIEUW BIJ EKOALA: EKOFOOD

De eKofood borden zijn, net als alle andere eKoala producten, gemaakt van 100% bioplastie en zijn 100% biologisch afbreekbaar. De bestaande eetsets mogen gebruikt worden in de microgolfoven, maar eKofood is nu ook vaatwasbestendig! eKofood wordt individueel verkocht, zonder verpakking, enkel met een zelfklevend etiket waarop alle informatie te vinden is.

De bestaande tableware is, naast de felle kleuren, ook beschikbaar in bruin- en grijs tinten. Er zijn verschillende verpakkingen mogelijk (eetset, aparte borden, aparte bekers, apart bestek).



www.ekoala.eu
www.malin-agency.be

CIRCUS IN DE STAD

Kom allemaal, kom naar het grootste circus in de stad! Kom en bewonder onze jongleurs, krachtpat-sers, slangenmensen, clowns, goochelaars en mime-spelers! 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 voorgaan-de, 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 circusdi-recteurs in spē, 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.



www.amuzagames.com



Nieuw bij Intrafin : SES Creative

SES Creative staat voor : Plezier, Veiligheid en Ontwikkeling
Wat SES Creative uniek maakt, is dat alle producten zelf worden bedacht, ontworpen en ontwikkeld in Nederland.

Plezier

Speelgoed van SES Creative zorgt voor plezier en is erop gericht om ervoor te zorgen dat kinderen fantastische eindresultaten kunnen behalen

Veiligheid

Veiligheid en kwaliteit staan bij SES Creative hoog in het vaandel, daarom worden alle producten in het laboratorium aan strengste tests en kwaliteitscontroles onderworpen.

Ontwikkeling

Creatief denken en spelen draagt bij aan de vroege ontwikkeling van het kind. SES Creative houdt dit altijd in gedachten bij het ontwikkelen van nieuwe producten. De producten zijn gericht op het ontwikkelen van expressie, empathie, motoriek en creativiteit.



www.intrafin.be - +32 2 722 99 99

DIERENVRIENDJES, ZACHT VAN KLEUR EN STRUCTUUR

Piepkleine wereldburgers verdienen een zachte landing. VTech maakt dit mogelijk en de eerste kennismaking met speelgoed onvergetelijk, met de nieuwe babylijn. Een serie Dierenvriendjes die niet alleen zacht van structuur, maar ook van kleur zijn. Een lief cadeau voor kleintjes, een perfecte match voor de babykamer en het interieur. Het 2 in 1 Knuffelhertje en Bedtijd Vosje zijn van zacht pluche en helpen kleintjes (vanaf 0 maanden) de slaap te vinden. Geen slaap? Dan zijn er melodietjes en gezongen liedjes, maar ook zacht knipperende lichtjes.

Dierenvriendjes Rammelaar Vos en Rammelaar Leeuw passen precies in het piepkleine babyknuistje (vanaf 3 maanden). Knisperen, rammelen en kraken. Vervaardigd uit veilige materialen van uiteenlopende texturen stimuleren ze tastzin: hier begint de grote ontdekkingsreis van voelen! Het Draai & Wiebel Rupsje en Toeter & Draai Stuurkje voor kleintjes (vanaf 6 maanden) beloven vrolijke liedjes, lichtjes en beweging. Maar waar ze vooral goed in zijn, is prikkelen van fantasie en beweging. Een prima vertrekpunt, voor de grote ontdekkingsreis die de kleine wereldburger wacht.



www.vtechnl.com

BIOBASED EN CIRCULAIRE POLYMEREN VOOR DUURZAAM SPEELGOED

Kunststoffen zijn de meest gebruikte materialen voor speelgoed. Zowel speelgoedmakers als leveranciers van plastic grondstoffen zijn begonnen met het ontwikkelen en op de markt brengen van producten gemaakt van circulaire en biobased materialen. Het gebruik van hernieuwbare grondstoffen uit biomassa in plaats van fossiele bronnen neemt om vele goede redenen toe, en dit geldt voor circulaire materialen waar gerecycleerde inhoud nieuwe polymeren vervangt. Wetenschappers, bedrijven en beleidsmakers erkennen beide benaderingen als fundamentele oplossingen om klimaatverandering tegen te gaan en een circulaire economie te bevorderen. Het maatschappelijk middenveld, zowel kinderen als volwassenen, roept op tot actie. Het is dan ook geen trend maar een voortdurende fundamentele verandering, en de vele spelers van beide industrieën worden uitgedaagd om zich op korte en lange termijn te positioneren.

De tweede editie van de bio!TOY-conferentie zal laten zien wat er tot nu toe is bereikt en wat in de nabije toekomst gaat gebeuren. De presentaties en exposities geven een actueel overzicht van duurzame polymeer- en speelgoedinnovatie. Sprekers uit toonaangevende industrieën en merken, evenals innovators uit kleinere bedrijven en technologie-experts maken deel uit van deze tweedaagse zakelijke conferentie die wordt georganiseerd door het bioplastics MAGAZINE en narocon InnovationConsulting.

De conferentie wordt georganiseerd als hybride evenement, dat plaatsvindt in Nürnberg, Duitsland en online op 7 en 8 september.

www.bio-toy.info



LEGO ONTHULT EERSTE PROTOTYPE LEGO® STEEN GEMAAKT VAN GERECYCLEERD PLASTIC



De LEGO Groep onthulde een prototype LEGO®-steen gemaakt van gerecycleerd plastic, de nieuwste stap in haar reis om LEGO-producten te maken van duurzame materialen. Het nieuwe prototype, dat gebruik maakt van PET-plastic uit afgedankte flessen, is de eerste steen die is gemaakt van gerecycleerd materiaal en voldoet aan de strenge kwaliteits- en veiligheidseisen van het bedrijf.

Een team van meer dan 150 mensen werkt aan duurzame oplossingen voor LEGO-producten. In de afgelopen drie jaar hebben materiaalwetenschappers en ingenieurs meer dan 250 variaties van PET-materialen en honderden andere plastic formuleringen getest. Het resultaat is een prototype dat voldoet aan een aantal van hun kwaliteits-, veiligheids- en speelvereisten, inclusief koppelingskracht.

Tim Brooks, Vice President of Environmental Responsibility bij de LEGO Group, zegt: “We zijn bijzonder enthousiast over deze doorbraak. De grootste uitdaging op onze duurzaamheidsreis is het heruitvinden en innoveren van nieuwe materialen die net zo duurzaam, sterk en van hoge kwaliteit zijn als onze bestaande stenen - en die passen bij de LEGO-elementen die in de afgelopen 60 jaar zijn gemaakt. Met dit prototype kunnen we laten zien welke vooruitgang we boeken.”

Het zal nog enige tijd duren voordat stenen van gerecycleerd materiaal in LEGO-productdozen verschijnen. Het team zal doorgaan met het testen en ontwikkelen van de PET-formulering en vervolgens beoordelen of het naar de proefproductiefase kan gaan. Deze volgende testfase zal naar verwachting minstens een jaar duren.

www.lego.com

Ravensburger Upside down Challenge - Actiespel

Wat gebeurt er als je wereld plotseling op z'n kop staat? Zoek het uit! Zet de bril op en beleef hoe ogenschijnlijk eenvoudige opdrachten ineens een echte uitdaging worden. Wat gebeurt er als je wereld plotseling op z'n kop staat? Zoek het uit! Zet de bril op en beleef hoe ogenschijnlijk eenvoudige opdrachten ineens een echte uitdaging worden.

1 ondersteboven-bril, 32 teken- en actiekaarten, 1 uitlegkaart „symbolen”, 1 zandloper, 36 fiches, 1 uitlegboekje „actiekaarten”, 1 handleiding





TIMIO WINT DE BABY INNOVATION AWARD 2021!

De TIMIO Audio Player heeft de Baby Innovation Award 2021 gewonnen in de categorie Toys & Gifts. De TIMIO Player is dé interactieve en educatieve audio- en muziekspeler voor kinderen! TIMIO maakt enkel gebruik van geluid en LED-lichtjes, geen scherm of bewegende beelden.

Kies een magnetische disk uit en ontdek het alfabet, dierengeluiden, liedjes etc. En dit in 8 talen! Het design is eenvoudig en robuust, en dus ook gepast voor kleine handjes. Je kan de TIMIO Player makkelijk meenemen onderweg, en indien gewenst een koptelefoon aansluiten!

www.babymatters.com



BABY BORN MAG 30 KAARSJES UITBLAZEN!

Om de 30ste verjaardag van BABY born te vieren, heeft Zapf Creation het assortiment verder uitgebreid met een pop die op magische wijze zijn/haar ogen sluit en opent. Maak kennis met BABY born Magic Girl en Magic Boy! De magie zit hem in de speciale fopspeen waarmee ze in een handomdraai naar dromenland kunnen worden gestuurd zelfs als BABY born zit. Draai de fopspeen gewoon in de mond van de pop om de ogen te openen en te sluiten.

Het geheim achter het langdurige succes van BABY born is de steeds groeiende reeks nieuwe functies en verbeteringen die in de loop der jaren aan de pop zijn toegevoegd. Het lichaam is veel zachter geworden dan het vroeger ooit was en het is voor kinderen makkelijker om alle functies met hun kleine handen te activeren. Tegenwoordig heeft BABY born zelfs voor elk kind een eigen formaat dat bij ze past en zijn Sister en Brother erbij gekomen. En wat te denken van de vele accessoires om het speelplezier van BABY born nog leuker te maken. BABY born kan spetteren in een badkuip met muziek en echt water, een zonnige dag op het strand doorbrengen in de ligstoel of door de stad scheuren op een mooie scooter. Ook de garderobe groeit voortdurend, steeds inspeland op de laatste modetrends en voor elke gelegenheid de juiste outfit, ongeacht het seizoen.

Met BABY born dat als merk al van jongs af aan een prominente plaats in kinderkamers inneemt, neemt Zapf Creation haar verantwoordelijkheid. Daarom schakelt de onderneming vanaf het voorjaar van 2021 voor haar gehele productassortiment over op plasticvrije verpakkingen. Alle plastic elementen zoals kijkvensters, blisters of sluitingen zullen stap voor stap worden vervangen door recycleerbare materialen. Het hele assortiment moet tegen de herfst van 2022 milieuvriendelijke verpakkingen hebben. De nieuwe verpakkingen zullen herkenbaar zijn aan een zonnebloem. Met dit initiatief is Zapf Creation een echte pionier op het gebied van plasticvrije verpakkingen in de poppenindustrie.

www.baby-born.com





Vanaf 11 augustus
in de bioscoop !



Voor meer informatie:

VIACOMCBS
CONSUMER PRODUCTS



WildBrain *cplg*

© & TM SML. ©2021 Viacom



ontdek de nieuwe SmartGames op
www.SmartGames.eu