

Kids & Baby UNIVERSE

MEI 2022



**MINI SIZE,
MAXI CHALLENGES!**





9 jaar
speelplezier

Een brandweerkazerne ...waarmee je naar Mars kunt reizen



Het LEGO® merk bestaat 90 jaar.
Vier met ons mee! Binnenkort meer...

E D I T O

Beste lezer,

Elk nadeel heeft zijn voordeel. Toen we tijdens het eerste coronajaar allemaal verplicht thuis moesten blijven, schoten de verkoopscijfers van de gezelschapsspellen en puzzels als een raket de lucht in. Gelukkig beheerst het woord 'lockdown' ons dagelijkse leven niet meer (bij ons althans, in Shanghai zal men daar nog heel anders over denken). Het is dan ook logisch dat de verkoop van spelen terugkeert naar een 'normaler' niveau. In ons dossier gezelschapsspellen polsen we bij enkele spellenfabrikanten naar de actuele stand van zaken.

Uiteraard hadden we met zijn allen gehoopt en verwacht dat 2022 vooral gekenmerkt zou worden door het einde van de pandemie. Maar intussen wordt het nieuws gedomineerd een oorlog, een sinds vele decennia ongeziene geopolitieke spanning en een torenhoge inflatie, die richting de 10% gaat. Ook speelgoedfabrikanten ontspringen deze dans niet, en zien zich ook gedwongen om hun gestegen kosten door te rekenen. Aan het einde van die hele keten staat de consument. Hij moet uiteindelijk beslissen of hij nog bereid is (of zelfs in staat is) om de gevraagde prijs te betalen.

De energieprijzen zijn een veelvoud geworden ten opzichte van amper een jaar geleden. Ook de winkelkar zie je maand na maand duurder worden. Wat blijft er dan nog over voor speelgoed? Elke euro kan immers maar één keer worden uitgegeven. Tijdens de financiële crisis van 2008 hoorde je vaak de volgende opmerking. "Op het plezier van hun kinderen zullen ouders/grootouders niet snel besparen." Wat toen ook bleek te kloppen. Laat ons hopen dat deze vuistregel ook nu opnieuw kan worden aangehouden.

Veel leesplezier,

Jeroen Coteur
redacteur Kids & Baby Universe

I N H O U D

4. Dossier Back-To-School: Terug naar school in stijl ▲■●8. De Smart line-up voor 2022:

innovatie in alle categorieën ▲■●12. Dossier gezelschapsspellen: "Het is altijd tijd voor

een spelletje!" ▲■● 22. Speelgoed & Ecologie: Consumenten hechten steeds meer be-

lang aan duurzaamheid ▲■● 28. Brio treinwereld breidt verder uit ▲■● 30. WildBrain

CPLG: Heel wat kleurrijke films en series in aantocht ▲■● 33. Inside news: het laatste

nieuws uit de Kids-sector ▲■● 42. Nieuwtjes uit de gaming-sector

C O L O F O N

JAARGANG 9, MEI 2022 NR. 35. 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 - Wim Vander Haegen 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.

BACK TO SCHOOL



Jacob Company

TERUG NAAR SCHOOL IN STIJL

TERWIJL KINDEREN EN TIENERS VOL ONGEDULD UITKIJKEN NAAR DE ZOMERVAKANTIE, LEGGEN RETAILERS MOMENTEEL DE LAATSTE HAND AAN HUN BACK-TO-SCHOOL ASSORTIMENT. GAAN OUDERS NA TWEE JAREN MET HEEL WAT THUISONDERWIJS VOOR EEN NIEUWE RUGZAK VOOR HUN KIDS? OF DOET DE GESTEGEN LEVENSDUURTE DIE AANKOOP NOG EEN JAARTJE UITSTELLEN? EN WELKE TRENDS ZIEN WE DIT JAAR IN HET PRODUCTAANBOD? WIJ LEGDEN ONS OOR TE LUISTER BIJ ENKELE FABRIKANTEN VAN BACK-TO-SCHOOL-ARTIKELEN.

We hebben twee bijzondere schooljaren achter de rug, die ook hun stempel hebben gedrukt op de back-to-school markt.

Nathalie Muylle (VF Europe – Eastpak, Jansport & Kipling): “We zien dat na Covid de trends in backpacks terug beginnen op te pikken. De komende jaren groeit de backpacks categorie met een gemiddelde van 7% in de EMEA regio. Back-to-school is een zeer competitieve markt, maar Kipling heeft zijn plaats nog in deze markt, in Europa als in Brazilië, Mexico en UAE.”

Lica Jacob (Jacob Company): “Het aanbod is voor de consument de laatste jaren heel erg uitgebreid geworden, van licentie-artikelen tot non-licentie artikelen tot het ontstaan

van een waaier aan merken. Iedereen probeert zijn plaats te vinden in deze markt en een stukje van de koek te bemachtigen.”

Xavier Bertein (Lannoo Graphics): “In de lagere school wordt er heel veel vanuit school geleverd, dus voor die doelgroep wordt het lastiger om nog veel aan te bieden. En in de middelbare school wordt er gevraagd om per vak een effen kleur te nemen. Fantasieringmappen (met een licentie) is dus een krimpende markt. De basisartikelen blijven het goed doen. Pennenzak, Ringband Karton, Elastomappen, Polyprop Ringbanden (2cm en 4 cm). Kaftpapier en etiketten zijn veel minder dan vroeger omwille van de oefenboeken/schriften die ze op school krijgen. Deze hoeven niet meer gekaft te worden.”

ANDERE MOMENTEN CREËREN

Nathalie Muylle (VF Europe): “De klant is op zoek naar kwalitatieve producten met een playfull touch, uniek design en leuke prints. Kipling heeft dit alles en speelt ook in op ergonomie en veiligheid. Onze tassen hebben reflectieve elementen en we hebben 1 print die volledig reflectieve is (Reflective Tile).”

Lica Jacob (Jacob Company): “De grote focus ligt voor alle producenten tijdens de back-to-school periode, waarin ouders traditioneel massaal op zoek gaan naar de geschikte boekentas of rugzak voor zoon of dochter. Toch proberen wij ook andere momenten te creëren waarop we onze producten naar voor kunnen brengen. Zeker

BACK TO SCHOOL

in het kleutersegment zijn er meerdere instapmomenten per schooljaar. Daarnaast brengen wij dit jaar ook een beperkte eindejaarscollectie in een aantal sterke licenties. Wij zijn vooral sterk in licentie-artikelen met een duidelijke focus op kwaliteit. Toch is het ook de bedoeling om onze non-licentie poot de komende jaren te versterken."

BESTSELLERS

De meeste back-to-school fabrikanten kunnen vertrouwen op enkele klassieke bestsellers, die worden aangevuld met nieuwe ontwikkelingen en trends.

Nathalie Muylle (VF Europe): "Afgelopen seizoen hebben onze bestsellers zich weer bewezen. Specifiek voor de Belgische markt hebben we Iniko, Preppy en uiteraard onze icoon Seoul. Achter de Seoul zien we elk jaar een zeer sterke groei."

Lica Jacob (Jacob Company): "Producten van de gaming licentie Minecraft hebben we heel goed verkocht. Van boekentas tot boekentas-trolley, maar evenzeer heel wat rugzakken in allerlei verschillende formaten. Paw Patrol bleef dan weer zeer in trek bij de allerkleinsten. Items met Disney karakters zoals Spiderman en Frozen hebben het

ook heel goed gedaan. Daarnaast zijn er de klassiekers zoals Mickey en Minnie die elk jaar een vaste waarde zijn. Karakters waar weinig rond gedaan werd, hadden het dan weer iets moeilijker. De lancering van een nieuwe film geeft voor licentie-artikelen meestal wel een serieuze boost aan de sell out."

Wouter van Tetering (Vadobag): "Bij ons hebben vooral de dierenprints goed verkocht. Ik denk bijvoorbeeld aan tijgers, dino's, unicorns en paarden. En qua licenties bleef Paw Patrol een absolute topper. Anderzijds hebben we wel een terugval vastgesteld voor trolley boekentassen en trolley rugzakken."

Lica Jacob (Jacob Company): "We verwachten dat bovenstaande trends zich zullen doorzetten naar BTS 2022. Voor ons is het overgrote deel van deze bestellingen al bijna aan uitlevering toe. Natuurlijk hebben wij ook nog stock op voorraad waarmee we onze bestaande klanten bij goede verkopen nog kunnen naleveren of waarmee we nieuwe klanten maar al te graag uit de nood helpen. Deze service wordt door vele winkeliers/ketens geapprecieerd en biedt hen ook de gerustheid dat er indien nodig

kan ingespeeld worden op een eventueel toenemende vraag van consumenten."

EEN LASTIG JAAR?

Ondanks leuke trends en mooie producten, wordt ook 2022 geen vanzelfsprekend jaar voor de back-to-school markt.

Xavier Bertein (Lannoo Graphics): "De algemene BTS-markt is krimpend. Maar met mooie en trendy collecties, met een goede prijs-kwaliteitsverhouding, kunnen er goede zaken gedaan worden. Een tijdelijk gewilde stijl (botanic of camouflage) kan zorgen voor succes, maar ook een merk (bv NASA, etc...) dat op dat moment zeer hip is, kan voor goede omzetten zorgen."

Lica Jacob (Jacob Company): "Het is een markt waarvan we vermoeden dat ze op korte termijn zeker niet zal groeien, dit gezien de huidige economische situatie. Ouders denken vandaag al eens twee keer na of die rugzak niet een jaartje langer meekan."

Wouter van Tetering (Vadobag): "Ik vermoed dat 2022 toch een lastig jaar zal worden. Er zijn de langere levertijden van de producenten, en bovendien heeft de consument een kleiner te besteden inkomen."



Kipling



BACK TO SCHOOL



Lannoo Graphics

PRODUCTEN IN DE KIJKER

Maar welke producten zullen nu in het oog springen op de speelplaats, in september 2022? Onze fabrikanten lichten alvast een tipje van de sluier.

Lica Jacob (Jacob Company): "Zoals vermeld, denken we dat de licenties die het met back-to-school 2021 goed gedaan hebben, het ook goed gaan doen in 2022. Wij bieden ook steeds passende pennenzak en/of zwemzak aan bij de lagere school items, zodat zij die willen combineren deze mogelijkheid hebben."

Xavier Bertein (Lannoo Graphics): "Smiley viert dit jaar zijn 50ste verjaardag en hun marketingmachine zal wel voor de nodige commotie zorgen. NASA is en blijft een hip merk. Converse wordt terug hipper voor de jeugd van de middelbare school. Dus wij

verwachten hier een prima doorverkoop. Onze 'Quattro Colori' heeft een zeer tof assortiment aan effen kleuren en met verschillende artikelen, zoals ringbanden, nietjesmachine, perforator, schaar, desk mat, etc.... Dit zal dit jaar terug de goede doorverkoop van de voorbije jaren bevestigen. Ook van onze gekende dierencollectie 'My Favourite Friends' wordt terug veel verwacht. Voor de kleintjes zijn onze LEGO-backpacks en boekentassen ideaal en heel herkenbaar. Hier verwachten we ook heel veel van."

Wouter van Tetering (Vadobag): "Ook dit jaar zal de licentie van Paw Patrol het weer erg goed blijven doen. Als je vraagt welke soort producten het in 2022 goed zullen doen, denk ik vooral aan peuterspullen, rugzakken en lunchartikelen."

Nathalie Muylle (VF Europe): "Voor onze Back-to-School collectie voor 2022 hebben we kleurrijke uitvoeringen gecombineerd met ergonomische stijlen gewild voor tweens (leeftijdsgroep 6 tot 12 jaar). We verwachten dit seizoen veel van onze stijl Scotty, die vorig jaar werd geïntroduceerd en direct in de top 10 van beste stijlen terecht kwam. Scotty is een meer uniseks stijl die een stoerdere uitstraling heeft. Daarnaast past de Classroom perfect in de meisjesopties met een meer organische en afgeronde vorm. Specifiek voor de Belgische markt hebben we ook de Iniko en Preppy in de top 3 stijlen."



Lannoo Graphics

T O Y S T O R Y



DE SMART LINE-UP VOOR 2022: INNOVATIE IN ALLE CATEGORIEËN

DE BELGISCHE SPEELGOED- EN SPELLENFABRIKANT SMART HEEFT OOK DIT JAAR WEER EEN STERK PRODUCTAANBOD SAMENGESTELD. SMARTGAMES BOUWT VOORT OP SUCCESVOLLE RECEPTEN IN DE CLASSICS LIJN, INNOVEERT TEGELIJKERTIJD MET ORIGINELE IQ SPELLEN EN BREIDT HET MULTIPLAYER GAMMA VERDER UIT. HET MAGNETISCHE CONSTRUCTIESPEELGOED SMARTMAX KREEG DAN WEER EEN OPGEFRISTE LOOK & FEEL. LIEVEN VAN PRAET, HEAD OF MARKETING BIJ SMART, OVERLOOPT MET ONS DE BELANGRIJKSTE INNOVATIES VOOR 2022.

In elke categorie binnen SmartGames zijn er vernieuwingen. "Alle producten zijn op een typische Smart-manier ontwikkeld met het oog op spelend lerend", zo vertelt Lieven Van Praet. "Kinderen, maar ook volwassenen, kunnen op een fijne manier puzzelen en tegelijkertijd hun cognitieve vaardigheden verbeteren. Door toffe, uitdagende spellen te maken, trekken we zowel ouders als kinderen aan. Onze spellen zijn zo opgebouwd dat ze blijven uitdagen en dat je altijd een volgende moeilijkheidsgraad overwint. Kinderen merken daarbij dat ze snel vooruitgang boeken en dit krijkt hun zelfvertrouwen op. Het is niet verwonderlijk dat veel scholen met onze spellen werken".





OOK VOOR DE ALLERKLEINSTEN

Al vanaf 2 jaar oud kunnen kinderen met SmartGames aan de slag. “In het Preschoolsegment lanceren we ‘Peek-A-Zoo’. Dit is een leerrijk puzzelspel met kleurrijke stapelkubussen. Het doel is om deze te stapelen zoals aangegeven op de opdrachtkaart. Hierbij prikkelen we het ruimtelijk inzicht van het kind. Wanneer ouders bij het spelen betrokken zijn, ontstaat er een hele leuke interactie.”

VAN SCHATTENJAGERS TOT PAARDENLIEFHEBBERS

De Classics vormen de kern van het SmartGames-aanbod. “Hier pakken we uit met ‘Treasure Island’, een spel met 80 uitdagingen – van easy tot expert. Het unieke van dit spel zijn de gepatenteerde puzzelstukken met bergen, heuvels en bossen, die van vorm kunnen veranderen. Bij ‘Grizzly Gears’ moet je de puzzelstukken dan weer roteren om zo alle baby-diertjes door het woud tot bij hun mama te leiden. Met

‘Horse Academy’ kiezen we voor de eerste keer voor een thema met paarden, dat veel kinderen aanspreekt. Het is een legpuzzel waarbij je tracht om de hindernissen zo te plaatsen dat je het parcours in één keer kan afleggen. Van onze klassieker ‘Penguins on Ice’ werden de voorbije jaren wereldwijd meer dan 1 miljoen exemplaren verkocht. Om dat te vieren, komt er nu een speciale feesteditie met 20 extra opdrachten en een volledig nieuw design.”



SMARTGAMES VOOR ONDERWEG

De Compacts zijn typische SmartGames, maar dan in een handig meeneem-formaat. “‘Robot Factory’ is een traditionele schuifpuzzel. Bij ‘Monsters Hide & Seek’ leg je de puzzelstukken zo dat enkel de gevraagde items zichtbaar blijven. Naast de Compacts hebben we ook nog een lijn met Magnetische Reisspelen. Met het WK in aantocht, is het leuk dat we ‘Gooal!’, een denkspel met een voetbalthema kunnen lanceren. Verder krijgen de Cube Puzzlers dit jaar een nieuwe verpakking waarin spellen zoals ‘Plug & Play Puzzler’ en ‘Smartcar Mini’ nog beter tot hun recht komen.”

T O Y S T O R Y

EEN TOEGANKELIJK EN ORIGINEEL IQ-SPEL

Bij de IQ Games pakt SmartGames uit met 'IQ Mini'. "Deze fidget-game wordt niet enkel door kinderen, maar ook door jongeren én volwassenen snel opgepikt. Het unieke van dit spel is dat je het zonder opdrachtenboekje kan spelen. Hoe je ook de blockers op het bord plaatst, er is altijd een oplossing mogelijk. Je kan ook in een webapp terecht voor oplossingen, hints en bijna 5000 (!) opdrachten onderverdeeld in 3 moeilijkheidsgraden. IQ Mini is verkrijgbaar in vijf verschillende kleuren zodat iedereen zijn of haar favoriete kleur kan kiezen. Je kan onderling zelfs puzzelstukken ruilen en zo je eigen versie maken."

UITDAGENDE BREINBREKERS

'IQ Mini' is met zijn lage prijs een ideaal instaproduct in de IQ-lijn van SmartGames. "Ook mensen die geen fervente IQ-spelers zijn, gaan dit leuk én uitdagend vinden. Zo zullen we nieuwe consumenten aantrekken voor onze andere IQ-spellen. Met 'IQ Six Pro' komt er een slimme broer bij voor de 'IQ Puzzler Pro'. De puzzelstukken van het nieuwe spel zijn nu hexagonaal opgebouwd, waardoor je makkelijker in de hoogte kan werken. Bij 'IQ Love' kan je kiezen tussen opdrachten op het hartvormige of het rechthoekige spelbord, een ideaal cadeau om je geliefde bezig te houden. 'IQ Stixx' heeft dan weer een heel andere look & feel. Hier zijn het staafjes in tien verschillende kleuren die op het spelbord geplaatst moeten worden."



T O Y S T O R Y



MULTIPLAYER-AANBOD BLIJFT GROEIEN

Twee jaar geleden lanceerde SmartGames met 'Froggit' een eerste multiplayer-spel. "Sindsdien hebben we dit aanbod verder uitgebreid, met o.a. 'Grabbit', 'Dragon Inferno' en 'Cube Duel'. Ook dit jaar is er weer een nieuwe toevoeging bij de familiespellen. Bij 'Huddle Up' is het de bedoeling om jouw pinguïns op een slimme manier over het ijs te laten glijden en de hele familie zo snel mogelijk in één groep bij elkaar te krijgen. Dit nieuwe spel kan op twee niveaus gespeeld worden: op junior level volstaat het om de pinguïns in één groep te verenigen, op expert level moet je er ook nog eens voor zorgen dat ze zich op eenzelfde hoogte bevinden."

NIEUWE LOOK & FEEL VOOR SMARTMAX

De SmartMax-lijn, die net zoals SmartGames al veel internationale prijzen gewonnen heeft, krijgt dit jaar een opfrisbeurt. "Het is een aantrekkelijk product en het magnetische aspect heeft een magisch effect bij kinderen. Binnen SmartMax hebben alle producten een nieuwe verpakking gekregen én gebruiken we voortaan witte in plaats van grijze ballen. Ook de andere elementen hebben we aangepast. Zij hebben nu veel zachtere kleuren. Zo krijgt de hele lijn een frissere en meer eigentijdse uitstraling. Verder lanceren we dit jaar twee nieuwigheden: 'My First Hide & Seek' en 'My First Wobbly Cars'. Twee grappige vernieuwingen waarmee we 'open ended play' blijven stimuleren. We reiken elementen aan waarmee kinderen zelf hun eigen fantasie en creativiteit kunnen laten botvieren."

BREDE ONDERSTEUNING

De productlijnen van SmartGames en SmartMax zullen dit jaar opnieuw kunnen rekenen op een stevige marketingondersteuning. "We zijn dit jaar online heel actief, met onder andere drie nieuwe SmartGames commercials en product-video's voor al onze SmartMax producten. Voor IQ mini zetten we een grote onlinecampagne op met influencers gericht naar een 8-16-jarige doelgroep. Onze andere campagnes op social media richten we vooral naar ouders van kinderen in de lagere- en kleuterschool. Daarnaast zetten we, na de COVID-jaren, opnieuw meer in op events en demonstraties. Wanneer kinderen kunnen spelen met SmartGames en SmartMax, ontdekken ze immers hoe leuk het is om zichzelf uit te dagen", zo besluit Lieven Van Praet.

BOARD GAMES



Escape Room The Game - Identity Games

“HET IS ALTIJD TIJD VOOR EEN SPELLETJE!”

GEZELCHAPSSPELLEN ZIJN AL VELE DECENNIA EEN VASTE WAARDE BINNEN DE SPEELGOEDWINKEL. MEER ZELFS, TIJDENS DE PANDEMIE BRAK DEZE PRODUCTCATEGORIE ALLE RECORDS. MAAR WAT MOGEN WE IN 2022 VAN DE SPELLENMARKT VERWACHTEN, NU HET LEVEN WEER MIN OF MEER ZIJN NORMALE GANG GAAT? WE DEDEN EEN RONDVRAAG BIJ ENKELE SPELLENFABRIKANTEN...

Toen tijdens de lockdownperiodes iedereen thuis moest blijven, vlogen gezelschapsspellen als zoete broodjes over de (digitale) toonbank.

Erik Zandberg (Van der Meulen): “Spellen hebben een grote revival meegemaakt waar ook het spellenmerk van ‘Clown Games’, ons spellenmerk, erg van heeft kunnen profiteren.”

Maarten Heerze (Goliath): “Als wij kijken naar de afgelopen jaren, hebben wij de volgende resultaten weten te bereiken: tussen april ‘20 en april ‘21 ongeveer 50% stijging, en tussen april ‘21 en april ‘22 +30%.”

Dany de Potter (Identity Games): “Helaas hebben we de verhoogde sales, waar tijdens de lockdowns sprake van was, niet kunnen vasthouden. Dit heeft diverse redenen. Het voorjaar is altijd een mindere verkoopperiode, want onze sales wordt vooral in het najaar tijdens de feestdagen gegeneerd. Daarnaast is er natuurlijk het einde van de lockdown en de versoepeling van de coronamaatregelen. De consument wil opnieuw profiteren van vrijheid door te reizen en activiteiten te plannen buitenshuis: restaurantbezoek, musea of een fysieke escaperoom. Wanneer de consument opnieuw meer reist, proberen wij daar op in te spelen met onze reisspellen met o.a. onze nieuwste 2 players ‘Escape Room The Game: Dagger

of The Sultan’ en ‘Viking Funeral’, perfect voor op vakantie.”

CONSUMENT BEREIKEN OP BEURZEN EN EVENTS

Charlie Hemmes (999 Games): “Wij merken ook dat er een duidelijke terugval is. Dit heeft een boel redenen. Grondstof- en transportprijzen zijn gestegen, iets wat wij deels hebben moeten doorrekenen in onze prijs. Maar het opheffen van de lockdown heeft het meeste effect. De horeca is weer open, dus daar zoeken mensen elkaar en de gezelligheid op. Iets wat tijdens de lockdown vooral middels een spelletje gebeurde. Het mooie weer speelt natuurlijk ook mee. Tevens is de angst voor een recessie iets dat

BOARD GAMES

wij ook voelen. Door de oorlog in Oekraïne is er zoveel negatief nieuws, met hoge benzineprijzen etc. Je merkt dat er binnen de retail minder wordt uitgegeven.”

Maarten Heerze (Goliath): “Wij zien wel een terugval in met name de online kanalen, maar voor ons was dit al voorzien. Wij hebben al jaren geleden ingezet op verbreding van onze afzetkanalen, dus de terugval in één bepaald kanaal wil niet zeggen dat wij last hebben van een structurele terugval.”

Bert De Smet (Asmodee): “We voelen een lichte terugval, maar blijven optimaal inzetten op online communicatie richting de consument en directe interactie met de spellenwinkels. We ondersteunen de retailer met informatie, advies, acties en communicatiemateriaal. Vanaf volgende maand kunnen we ook terug aanwezig zijn op beurzen en evenementen, en hopen zo de consument te bereiken en te overtuigen door hen een leuke spelervaring te bieden.”

TRENDS IN SPELLENLAND

Laat ons de markt van gezelschapsspellen wat van dichterbij bekijken. Welke trends zien we binnen het segment? Welke soorten spellen doen het tegenwoordig erg goed? En welke scoren net iets minder?

Charlie Hemmes (999 Games): “Bij ons zien we de afgelopen jaren de grootste groei in ‘compacte spellen’, dat zijn spellen tussen 10 en 15,99 euro. Ik denk bijvoorbeeld aan onze toptitels ‘Regenwormen’, ‘Beverbende’, ‘Keer op Keer’ en ‘Clever’. We hebben een zeer sterk portfolio binnen dit segment en een uitgebreide distributie en sterke zichtbaarheid in de retail dankzij

onze carrousels. Maar ook een wat ingewikkelder spel als ‘Wingspan’ heeft het afgelopen jaar erg goed gescoord. Je merkt vooral vanaf oktober dat de consument op zoek gaat naar leuke spellen voor volwassenen. En elk jaar staat ook het bekende partyspel ‘30 second’ bovenaan de lijst. Een ideaal spel voor tijdens de familiediners met kerst. We hebben trouwens een nieuwe titel ‘20 second showdown’ geïntroduceerd, dat ook Speelgoed van het Jaar heeft gewonnen en het zeer goed heeft gedaan afgelopen najaar. De consument blijft behoefte hebben aan makkelijke, vermakelijke partyspellen.”

Bert De Smet (Asmodee): “De pandemie heeft ervoor gezorgd dat de gezelschapsspellen, meer dan ooit tevoren, op de tafels in de huiskamers terechtkwamen. We kunnen stellen dat een breder publiek in contact is gekomen met een grote verscheidenheid aan kinder-, party- en familiespellen. We maken graag gebruik van deze tendens om het plezier dat een gezelschapsspel creëert, onverminderd centraal te plaatsen. Voor elks wat wils: dat kan gaan van een kort kaartspel, een partygame, tot een meer strategisch spel. De kunst bestaat erin iedereen via een gezelschapsspel een aangename tijd te bezorgen. In dit opzicht zijn coöperatieve spellen nog steeds erg gewild. Escape games blijven het goed doen en het aanbod hierin wordt alsmaar groter. ‘Roll and write’ games behoren tot de meest recente tendens.”

PUBGAMES EN KLASSIEKERS

Erik Zandberg (Van der Meulen): “Er zijn verschillende trends te ontdekken, bijvoorbeeld de kleine kaart- en dobbelspellen. Maar ook de zogenaamde ‘pubgames’ ken-

nen een revival. De gezelligheid van cafés werd - mede door de vele lockdowns - naar thuis verplaatst.”

Maarten Heerze (Goliath): “Wij merken dat vooral spellen die gespeeld kunnen worden door zowel kinderen als volwassenen in de smaak vallen. Dit is in lijn met een algemene trend die wij zien, dat klassiekers - spellen als ‘Rummikub’ en ‘Triominos’ - bijzonder in trek zijn. Ook zien wij dat de wat simpelere, toegankelijke spellen bijzonder aanslaan. De voorbije tijd hebben titels als ‘Floor is Lava’, ‘Rummikub’, ‘Ok Boomer’, ‘Shit Happens’, ‘Nexcube’ en ‘Let’s go fishing’ enorm goed gepresteerd. Anderzijds zien we wel dat de actiespellen onder druk staan.”

Dany de Potter (Identity Games): “Pocketgames en gezelschapsspellen voor 1 tot 4 spelers waren afgelopen jaar erg in trek. Het was niet altijd mogelijk om met (grote) groepen samen te komen, dus veel spellen werden in kleine kringen of met z’n tweeën gespeeld. Bij ons heeft ‘Escape Room The Game Familie Editie’ erg goed verkocht. Dit spel was perfect voor ouders met kinderen (10+) die op zoek waren naar vermaak tijdens de lockdown. Minder goed verkocht ons spel ‘Nightmare Horror Adventures’, waarbij je vijf spelers nodig hebt. We denken dat dit komt omdat het afgelopen jaar niet gemakkelijk was om met vijf spelers bij elkaar te komen.”

“CONSUMENT BEZUINIGT NIET OP SPELPLEZIER”

De vraag is nu hoe de spellenmarkt in 2022 verder zal evolueren. Blijven families volop spelletjes spelen? Of kiezen ze toch voor andere soorten ontspanning?



Keer op Keer - 999 Games



Keezenspel - Clown Games

Het MUIZENHUIJ



Wie herkent alle objecten en kan de vragen beantwoorden?

Een familie van muizen heeft zijn huisje gebouwd onder het zolderdak. Voor de aankleding hebben ze wat van jullie alledaagse spullen geleend. Kijk snel rond voor het licht uitgaat en beantwoord alle vragen.

Beschikbaar voor verkoop vanaf juni!



Spel voor 2-6 spelers van 5 tot 9 jaar oud.



SPOKENCHAOS

Speel als een groep ondeugende geesten die door een hotel proberen te sluipen, zonder gezien te worden door de mensen die door het sleutelgat gluren!

Je hebt ingebroken in een hotel en de mensen wakker gemaakt die daar sliepen. Nu moet je snel en discreet ontsnappen voordat je in de problemen komt!

Beschikbaar voor verkoop vanaf 15 juni!



Spel voor 2-4 spelers, vanaf 8 jaar.

Beleef nog meer plezier!

<https://be.asmodee.com> @asmodeeBEnl @asmodeebelgium

asmodee

BOARD GAMES

Erik Zandberg (Van der Meulen): "Het spelen van spellen blijft onverminderd populair, ook in 2022. Maar de grote stijging van 2020-2021 zal niet overtroffen worden."

Charlie Hemmes (999 Games): "De extreme groei van spellen van de afgelopen jaren zal zich inderdaad niet doorzetten. Maar spellen staan wel echt weer bij iedereen in the picture: ze zijn duurzaam (je gooit ze niet snel weg), ze zorgen voor verbinding en ze zijn ideaal voor een 'digital detox'. Wij zullen er samen met retail alles aan doen om in die picture te blijven, want het is niet alleen in de wintermaanden tijd voor een spelletje, het is altijd tijd voor een spelletje! Daarom verwachten wij dat de markt qua omzetniveau gelijk blijft. De aantallen zullen iets afnemen, maar dit wordt gecompenseerd worden door de hogere prijzen."

Bert De Smet (Asmodee): "Er is een grote interesse in spellen met een gevarieerde en vernieuwende speldynamiek in combinatie met een gemiddelde moeilijkheidsgraad. Wij verwachten dat deze trend zich zal verderzetten en dat we het aantal spelers, binnen elke leeftijdscategorie, verder zullen zien groeien."

Maarten Heerze (Goliath): "Wij verwachten dat het voor veel spelafabrikanten een moeilijk jaar zal worden. De containerprijzen zijn nog steeds bijzonder hoog, en er is de stijgende inflatie."

Veel van onze concurrenten zijn door die twee bijzonder succesvolle jaren gaan investeren. Het is maar de vraag of dit loont. Wij als Goliath zien de toekomst wel bijzonder positief tegemoet. De doorverkopen zijn

nog altijd goed en ook de nieuwe introducties worden bijzonder goed ontvangen."

Dany de Potter (Identity Games): "We verwachten in Q1 en Q2 een blijvende daling in verkoop, maar richting de feestdagen (Q4) verwachten we geen verandering in verkoop ten opzichte van voorgaande jaren. Alles hangt natuurlijk ook af van de huidige onzekere economische situatie waarin alles duurder wordt en mensen keuzes maken in hun uitgaven. Maar de ervaring leert dat consumenten wel bezuinigen, maar niet zozeer tijdens de feestdagen en niet op de kinderen. De spelbranche blijft hierdoor vaak wel sterk in de feestdagenperiode."



Rainbow Pirates Card Game - Goliath Games

BOARD GAMES

ENKELE BLIKVANGERS

Uiteraard hebben de spellenfabrikanten weer een mooie line-up spellen voorbereid. Ter afronding vroegen wij hen dan ook welke hun blikvangers zijn voor 2022.

Dany de Potter (Identity Games): "Komend jaar ligt onze focus op onze 'Escape Room The Game' spellen. Wij tekenen present voor verschillende beurzen en met het opzetten van onze Escape Room The Game ambassadeursclub, willen wij dit jaar echt inzetten op beleving, en de consument nog meer kennis laten maken met onze spellen."

Maarten Heerze (Goliath): "Bij Goliath verwachten we vooral veel van onze spellen 'Rainbow Pirates', 'You Had One Job', 'Red

Light Green Light 1,2,3' en 'There's Been A Murder'."

Erik Zandberg (Van der Meulen): "Het Keezenspel is in Nederland de grote winnaar en blijft het goed doen. Inmiddels raakt ook België langzamerhand in de ban van dit leuke spel. Ook de geheel vernieuwde houten 'pubgames' spellenlijn van Van der Meulen is een grote blikvanger op het schap met ook voor 2022 een aantal nieuwe releases."

Bert De Smet (Asmodee): "Voor Vlaanderen zijn onze blikvangers 'Spokenchaos' en 'Chronicles of Avel'. In Wallonië denken we te kunnen scoren met 'Pas vu Pas pris', het 'UNLOCK!'-gamma en 'Sonic Super Teams'."

Charlie Hemmes (999 Games): "In de zomer zullen we vooral diverse spellen binnen ons sterkste segment – compacte spellen- ondersteunen. Hierin hebben we twee nieuwe lanceringen die met TV zullen worden ondersteund: 'Zinga', een vrolijk dobbelspel waar roll & write wordt gecombineerd met een reactiespel, en 'Ligretto'- dit is een herlancering van een verslavend leuk kaartspel, gegarandeerd gezellige chaos. In het najaar zullen we dan diverse campagnes voeren rond familiespellen, passend bij de tijd van het jaar, zoals 'El Dorado' en 'Kwakzalvers van Kakelenburg'."



Raaaaawwwr! Dé blockbuster van de zomer is ongetwijfeld: Jurassic World Dominion (bioscooprelease: 14/06/2022). Om de release van het derde deel in de Jurassic World trilogie te vieren brengt Cartamundi twee bordspellen op de markt: **Jurassic World Dino Chase Board Game & Jurassic World Tracker Board Game.**

NIEUW

Jurassic World Dino Chase Board Game

In Dino Chase is je doel om dino's te vangen. Op het spelbord vind je 14 verschillende dino's. In een spannende race tegen de andere spelers probeer je jouw selectie dino's te vangen.



Beide spellen verschijnen 10/06/2022



Jurassic World Tracker Board Game

In dit spel gebruik je de doos als spelbord en probeer je om het eerst 3 dino's te redden en terwijl de andere spelers te verhinderen om het spel te winnen.

retailshop.cartamundi.com - Bestel je exemplaar voor de release nu @ retailbni@cartamundi.com

Cartamundi



Even voorstellen

Kent u ons nog niet? Wij zijn **Selecta Spel & Hobby**. Het begon allemaal in 1933 in een klein winkeltje in Den Haag, daarna zijn we in 2004 overgenomen door ons moederbedrijf Tactic, een Finse spellenfabrikant. Inmiddels zijn we uitgegroeid naar een Benelux-firma en zijn we naast fabrikant van onze eigen merken, ook merkendistributeur. Inmiddels hebben we een mooie merkenportefeuille. Hieronder vindt u de merken die wij momenteel distribueren.

Interesse om samen te werken? Neem dan gerust contact op:

☎ + 31 (0)85 48 62 350

✉ sales@selectatoys.com

Castorland®



GEOMAG™

LARSEN®



ministeck®



KOSMOS



Ontdek de wonderlijke magnetische wereld van GEOMAG

Magicube

Met Magicube bouw je niet zomaar een blokkentoren, maar een magnetische blokkentoren waarbij je niet blokken moet stapelen, maar ook zijwaarts kan bouwen. Teleurstelling van een omgevallen toren blijft ook bespaard, want door het bijzondere magnetische mechaniek in de blokken, blijven de blokken aan elkaar plakken.



Classic

Bouw oneindig veel 3D-constructies dankzij de eenvoudige Geomagelementen en de magie van magnetisme. De magnetische staven, stalenbollen en de verschillende bouwpanelen vormen samen educatief bouwspelgoed, wat garant staat voor jarenlang speelplezier.

Mechanics

Laat je bouwwerk bewegen door magnetische krachten. Modellen of stalenbollen kunnen in beweging worden gebracht door ofwel een manuele druk of een magnetische schijf.





Nieuwe exclusieve distributeur

Sinds 1 april 2022 is Selecta Spel & Hobby Exclusief distributeur van Ministeck voor de gehele Benelux.

Ministeck voorziet al sinds 1950 jong en oud van creatief vermaak. Met keer op keer nieuwe sjablonen kan je jezelf telkens weer uitdagen met een nieuw ontwerp. Of je nu beginner bent of een meesterwerk van meer dan 30.000 stukjes op het bord legt, met het uitgebreide assortiment is er altijd een ontwerp dat je past.

Druk de pinnetjes op de juiste plaats en zie beetje bij beetje de afbeelding tot leven komen. Volg de bestaande ontwerpen of laat je fantasie het werk doen.

Kubb

Gooi de houten Kubbs omver met een stok, maar wees voorzichtig: wanneer je de koning omver gooit voordat alle Kubbs omver zijn, wint de tegenstander.



Les Papattes

Je bent een dorstig dier dat zin heeft in een spelletje. Kom zo dicht mogelijk bij de rivier zonder te worden opgegeten door de krokodillen die zich daar verstoppen.



Mölkky

Wie scoort als eerste precies 50 punten en mag zichzelf dé Mölkky-master noemen? Mölkky is hét outdoor spel voor de hele familie en neem je gemakkelijk overal mee naar toe.



Meer informatie of direct inkopen?

Selecta Spel & Hobby B.V. – Teugseweg 18b 7418AM Deventer - +31 (0) 85 48 62 350 – sales@selectatoys.com



Crimescene Game

Kruip in de huid van de recherche met deze bloedstollende spellenreeks Crimescene. Er is een misdrijf gepleegd en aan recherche de taak om dit tot op de bodem te onderzoeken en op te lossen. De reeks is momenteel verkrijgbaar in de cases Brooklyn 2002, London 1892, Helsinki 1999, Lazio 1356 en ISS Excalibur 2049 en de volgende cases zijn al onderweg!

Meer informatie of direct inkopen?

Selecta Spel & Hobby B.V. – Teugseweg 18b 7418AM Deventer - +31 (0) 85 48 62 350 – sales@selectatoys.com



There's Been a Murder

Bienvenue dans l'Angleterre des années 30 où le Duc de Murrow n'a pas réussi à survivre à la matinée. C'est à vous et à vos amis de découvrir l'identité du meurtrier avant qu'il ne s'échappe !

There's been a Murder est un jeu coopératif sur le crime, qui se compose de 24 cartes numérotées. En plus d'une carte de tueur et d'une carte de détective, vous utilisez des cartes d'action spéciales, telles que "The Gossip" et "The Butler". Avec ces cartes, vous pouvez plier le jeu à votre volonté.

C'est un jeu qui peut être joué encore et encore. Tout le monde est suspect, mais personne ne veut en parler. Le détective pourra-t-il identifier le tueur, ou ce dernier échappera-t-il au jugement ? Travaillez ensemble sans parler et démasquez le tueur.

Bonne chance, détectives. Un meurtre a été commis et c'est à vous de le résoudre !

Au travail !



www.goliathgames.com - marketing@goliathgames.nl

Stratego ORIGINAL

Ontmasker de dubbelspanger!
Het lijkt er op dat de maarschalk links een dubbelspanger heeft! Ontdek de 7 verschillen en ontmasker de bedrieger!

MET DE ORIGINELE VOORBEDRUKTE SPEELSTUKKEN

MAAK KENNIS MET VROUWE VICTORIA, EEN MYSTERIEUZE SPIONNE!

INCLUSIEF ENVELOPPEN VOOR EEN GEHEIME OEFENMISSE

8+ 45' 2



Name 5

Kun je 5 kinderrimpjes in 30 seconden opnoemen? Wat dacht je van 5 sporten op de Olympische Winterspelen, of 5 films over geesten? Name 5 is een gezelschapsspel dat gemakkelijke vragen stelt waarop jij het antwoord weet. Natuurlijk, je weet 1 antwoord... misschien zelfs 2... maar kun je er 5 noemen?



www.goliathgames.com - marketing@goliathgames.nl



You Had One Job

Je hebt maar één taak, dus verpest het niet! Klim de bedrijfs ladder op door de grappige geluidseffecten en gebaren voor jouw taak en die van de andere spelers te onthouden terwijl je het ritme in stand houdt. Als je drie missers maakt, word je ontslagen. De werknemer die als laatste overblijft, wint het spel!



www.goliathgames.com - marketing@goliathgames.nl



Rainbow Pirates

Rainbow Pirates is een kaartspel voor de hele familie waarin je kaartreksen bouwt in een wereld van regenbogen, stelende piraten en meer. Bouw om de beurt regenbogen en plaats andere kaartgroepen op je 'Eiland' terwijl je piratenkaarten speelt om tegenstanders aan te vallen en jezelf voordelen te geven!



www.goliathgames.com - marketing@goliathgames.nl



Dice Dice Baby

Dice Dice Baby! Het toffe dobbelspel waarbij je met een beetje bluffen je weg naar succes garandeert! Dit spel heet niet voor niets Dice Dice Baby, gebruik je baby's als Joker en zorg dat jouw bluf de ronde wint. Ben jij de laatste speler die minimaal één dobbelsteen over heeft, dan win jij het spel!



www.goliathgames.com - marketing@goliathgames.nl



Shit Happens Winter Edition

Shit happens Winter Editie! Ja het leven valt niet mee en door ongemakkelijke situaties tijdens het kerstfeest daalt de temperatuur nog verder onder nul.. Shit Happens is een hilarisch en weezinwekkend, maar levensecht partyspel. Je komt allerlei ongewenste situaties tegen die je moet rangschikken op de 'lane of pain' die loopt van 1 tot 100.



www.goliathgames.com - marketing@goliathgames.nl



One Trick Pony

Lucky Lasso est le lanceur de lasso le plus rapide du Far West. Pourrez-vous voler les animaux de Lucky Lasso ? Tournez le cadran, passez votre main dans le lasso qui tourne et attrapez l'animal que vous avez fait tourner. Collectez le plus d'animaux possible sans vous faire prendre et gagnez le jeu !



www.goliathgames.com - marketing@goliathgames.nl



CONSUMENTEN HECHTEN STEEDS MEER BELANG AAN DUURZAAMHEID – EEN BOODSCHAP DIE DE SPEELGOEDSECTOR GOED BEGREPEN HEEFT

HET THEMA DUURZAAMHEID SPEELT EEN STEEDS BELANGRIJKERE ROL BIJ AANKOOPBESLISSINGEN. OOK BIJ HET UITKIEZEN VAN SPEELGOED. OM DEZE TREND IN KAART TE BRENGEN, GAF SPIELWARENMESSA HET SPAANSE AIJU TECHNOLOGICAL INSTITUTE FOR CHILDREN'S PRODUCTS AND LEISURE DE OPDRACHT OM EEN INTERNATIONAAL CONSUMENTENONDERZOEK UIT TE VOEREN. DE RESULTATEN VAN DEZE STUDIE ZIJN EEN DUWTJE IN DE RUG VAN DE VELE SPEELGOEDFABRIKANTEN DIE VANDAAG REEDS INITIATIEVEN NEMEN OM OP EEN ECOLOGISCHE EN DUURZAME MANIER TE WERKEN.

Toys Go Green was aangekondigd als de MegaTrend voor de Spielwarenmesse 2022. Omdat de beurs uiteindelijk niet fysiek kon plaatsvinden, werd het thema online uitgewerkt op de website www.spielwarenmesse.de/en/toysgogreen. Hier vindt men onder andere de resultaten van de studie 'Sustainability & Toys', die een duidelijk inzicht geeft in hoe de consument anno 2022 het aspect duurzaamheid in overweging neemt bij het uitkiezen en aankopen van speelgoed.

DUURZAAMHEID: HERE TO STAY

Het AIJU instituut heeft in totaal zo'n 2.800 huishoudens met kinderen tussen 0 en 11 jaar bevestigd, aan de hand van elektronische interviews. Uit het onderzoek, dat werd uitgevoerd in Duitsland, Italië, Frankrijk, China, Spanje, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten (gelijmatig verdeeld, met 400 respondenten per land), blijkt dat voor 60% van de respondenten duurzaamheid een belangrijk element is binnen de speelgoedcategorie. Speelgoed staat daarmee bovenaan de ranglijst, samen met kleding (62%) en voedsel (61%). Bovendien is een meerderheid, met name 62%, van mening

dat duurzaam geproduceerd speelgoed geen voorbijgaande rage is, maar een vast onderdeel zal blijven van het beschikbare goederenassortiment.

POSITIEVE ERVARINGEN

Volgens de bevindingen is vooral het gebruikte materiaal een belangrijke indicator voor de duurzaamheid van speelgoed. Voor 74% van de ondervraagden betekent dit hout, gevolgd door bamboe (64%), gerecycleerd plastic (63%) en bioplastics (60%). Ook papier (58%), katoen (58%) en in mindere mate ook kurk (49%) en natuurlijk rubber (48%) worden door de consument nog als duurzaam aanzien. Ruim tweederde

SUSTAINABILITY

van de respondenten (69%) geeft aan al eerdere positieve ervaringen te hebben met ecologisch geproduceerd en milieuvriendelijk speelgoed. Deze positieve ervaringen werden daarbij voornamelijk toegeschreven aan de hoge kwaliteit (36%), de levensduur (33%) en de veiligheid (30%) van deze producten.

ACCEPTATIE DAT DUURZAAMHEID HOGERE PRIJZEN KAN BETEKENEN

De grote meerderheid (64%) van de onderzochte consumenten associeert duurzaam speelgoed met een hogere prijs. Maar dat schrikt hen niet af. Bijna 80% van de onderzochten is bereid om meer te betalen voor milieuvriendelijk geproduceerd speelgoed.

53% van de respondenten gaf aan tussen 0% en 10% meer te willen betalen voor dergelijke producten, 22% is bereid om tussen 10% en 20% meer uit te geven, en 4% wil zelfs meer dan 20% extra neertellen.

KEURMERKEN ZIJN OVERTUIGEND

Daarnaast laat dit internationale onderzoek zien op welke informatiebronnen consumenten vertrouwen wanneer ze zich informeren over speelgoed en duurzaamheid. De meest gebruikte zijn online bronnen zoals websites (28%), sociale media (23%) en internet in het algemeen (22%). Voor 20% is de winkelier op locatie een belangrijk aanspreekpunt. Bij het nemen van de aankoopbeslissing laat 56% van de respondenten zich leiden door

kwaliteitslabels en certificaten. Informatie van fabrikanten wordt ook vertrouwd door 55% van de consumenten, terwijl 41% vertrouwt op aanbevelingen van retailers. Het land waarin het speelgoed geproduceerd werd, weegt minder door, maar speelt toch nog steeds een rol voor 38% van de respondenten.

HET VERSCHIL MAKEN OP VERSCHILLENDE MANIER

We mogen dus concluderen dat de consument bereid is om mee in het duurzaamheidsverhaal te stappen. Het aspect speelt vandaag al een rol in de aankoopbeslissing, en ouders zijn zelfs bereid om er ook iets meer voor te betalen. De resultaten van deze studie moeten een stimulans zijn voor





BIXXS

DESIGNROCKET

Design Rocket begon met een passie om praktische opbergers te maken voor de baby- en kinderkamer. Opbergers van goede kwaliteit en goed design die uitnodigen om mee te spelen en ook mooi zijn om naar te kijken.

Het streven is om kleur in huis te integreren, vooral in de kinderkamer. Kleuren die de creativiteit van kinderen tot spel en avontuur brengen.

Denemarken - Handgemaakt - FSC-gecertificeerd - Duurzaam - Milieuvriendelijk

S U S T A I N A B I L I T Y

de fabrikanten om hun inspanningen, die reeds heel talrijk zijn, verder door te duwen. Want er zijn tal van manieren waarop speelgoedfabrikanten mee het verschil kunnen maken.

SLIMMER VERPAKKEN

Zo wordt er bijvoorbeeld heel wat geïnvesteerd in slimmere verpakkingen. De meest ecologische verpakking is uiteraard 'geen verpakking', maar dat is in veel gevallen geen optie. Maar een van de oplossingen die we steeds vaker zien is een verpakking die integraal deel uitmaakt van het spelconcept, en dus niet meteen in de vuilbak belandt. Ook speelgoed en hun materialen kunnen onderdeel worden van een kringloop. Of het nu is door materialen te recyclen om nieuwe producten te maken en deze aan

het einde van hun levensduur opnieuw te gebruiken om nog meer nieuwe producten te maken. Of door zelf een spel te gebruiken om recycling op een speelse manier te illustreren.

NIEUWE HERNIEUWBARE MATERIALEN

Uit de studie blijkt dat duurzaamheid in de eerste plaats wordt gelinkt aan houten speelgoed. Logisch, want bijna elk kind heeft ooit wel eens met houten blokken gespeeld. Hout is dan ook een van de belangrijkste en waarschijnlijk meest bekende natuurlijke materialen waarvan speelgoed wordt gemaakt. Toch is het scala aan natuurlijke materialen waaruit speelgoed kan worden gemaakt intussen een heel stuk uitgebreider geworden. Maïs, wol,

rubber, kurk en bamboe zijn slechts enkele voorbeelden van de grondstoffen waarmee de fabrikanten vandaag de dag aan de slag gaan. De natuur biedt hen immers een bijna grenzeloze reeks hernieuwbare grondstoffen. Dit is absoluut de toekomst van het speelgoed, want andere grondstoffen zullen uiteindelijk uitgeput geraken. Hernieuwbare grondstoffen vormen de basis voor een toekomstgerichte en duurzame economie, die steeds belangrijker wordt.

DE OPKOMST VAN BIOBASED PLASTICS

Maar natuurlijk rekenen heel wat speelgoedfabrikanten voor hun creaties op de flexibiliteit en het gebruiksgemak van plastic. Toch liggen er ook hier opportuniteiten. Biobased plastics is het toverwoord. Suikerriet, krijt





create visibility



international toy
magazines
association

ITMA Presidents:

Lena Hedö
Lek & Babyrevyn, Sweden
e-mail: lena@lekobaby.se
Telephone: +46 70 590 77 33

Reyne Rice
Toy Trends, USA
e-mail: reyne@reynerice.com
Telephone: +1 631 335 5917

Belgium: Kids Universe

China: Toys & Hobby

Germany: das spielzeug

Japan: Weekly Toy News

Netherlands:

Speelgoed en Hobby

Norway:

Baby, Hobby & Leketøy

Poland: Świat Zabawek

Spain: Juguetes B2B

Sweden: Lek & Babyrevyn

United Kingdom:

Toys 'n' Playthings

USA: The Toy Book

*Create
Visibility in
the Leading
Toy Trade
Magazines!*

www.toymagazines.org

SUSTAINABILITY



Biobuddi is het meest milieuvriendelijke speelgoedmerk van Europa. Alle producten die het speelgoedmerk maakt zijn CO₂ neutraal, 100% recyclebaar, biobased en gemaakt in Nederland. Het speelgoedmerk heeft een lijn met voertuigen sets ontwikkeld. Een echte bestseller is de vrachtwagen en raceauto's bouwset. Deze bouwset is geschikt voor kinderen van 1,5 tot 6 jaar. De speelgoedset bestaat uit 38 verschillende speelgoedonderdelen. De set bevat een duidelijke constructietekening die een kind stap voor stap begeleidt bij het bouwen. De set wordt geleverd met speciale wielen die het mogelijk maken om met de vrachtwagen en racers te rijden. Deze set staat garant voor urenlang speel- en bouwplezier.

Je kunt je racetruck natuurlijk ook uitbreiden met een van de andere Biobuddi bouwsets. De speelgoedblokken zijn compatibel met andere merken.



job@biobuddi.com - www.biobuddi.com

en hout kunnen immers worden gebruikt op manieren die niet direct voor de hand liggen. Met deze hernieuwbare grondstoffen is het immers mogelijk om op een milieuvriendelijke manier plastic speelgoed te vervaardigen en de schadelijke CO₂-uitstoot te verminderen. Er moet dus geen olie, steenkool of aardgas worden gebruikt. Het resulterende speelgoed moet overigens niet inboeten op kwalitatieve eigenschappen.

NOG HEEL WAT UITDAGINGEN

Toch is de overstap naar bioplastics een werk van lange adem. De productiecapaciteit voor bioplastics is momenteel nog erg laag in vergelijking met de totale plasticproductie. Slechts 1% van het wereldwijd geproduceerde plastic is bioplastic. Geschat wordt dat in 2026 het aandeel van bioplastics in de totale wereldwijde plasticproductie voor het

eerst de 2% zal overschrijden. Bovendien is het ook belangrijk een onderscheid te maken tussen bio-afbrekbare bioplastics die door micro-organismen volledig worden afgebroken in kooldioxide, water en biomassa zonder schadelijke of giftige resten achter te laten, en niet-bio-afbrekbare bioplastics. Het is dus belangrijk dat ook bioplastics niet zomaar in de natuur worden achtergelaten.

KINDEREN BETREKKEN BIJ HET DUURZAAMHEIDSVERHAAL

Ten slotte kan speelgoed ook nog een onrechtstreekse rol spelen, door middel van de boodschap die het aan kinderen overbrengt. Thema's zoals CO₂-uitstoot, hernieuwbare energie of circulaire economie zijn soms moeilijk te begrijpen, zelfs voor volwassenen. Desalniettemin zijn ze van groot belang voor de toekomst van onze planeet en de

komende generaties. Speelgoed kan hier een belangrijke rol spelen: wetenschapsdozen, bordspellen en kinderboeken kunnen helpen om de ecologie en duurzaamheid uit te leggen op een manier die kinderen kunnen begrijpen. Verantwoord omgaan met onze planeet is een boodschap die ze de rest van hun leven zullen meenemen.



T O Y S T O R Y



BRIO TREINWERELD BREIDT VERDER UIT

MET EEN GESCHIEDENIS VAN BIJNA 140 JAAR IS BRIO EEN VAN DE VETERANEN VAN DE SPEELGOEDWINKEL. MAAR ONDANKS DIE RIJKE TRADITIE EN HET KLASSIEKE SPEELTHEMA – HOUTEN TREINSETS EN ANDERE VOERTUIGEN - IS HET ZWEEDSE MERK ALLESBEHALVE ACHTERHAALD. INTEGENDIEL. WANT OOK IN 2022 BLIJFT BRIO VOLOP INZETTEN OP SMART TECH, EEN TECHNOLOGIE DIE HET KLASSIEKE SPEELGOED VAN EEN EXTRA SPEELWAARDE VOORZIET.

De treinsets binnen Brio World werden vier jaar geleden voor het eerst uitgebreid met Smart Tech elementen, waardoor de trein tot leven komt wanneer die een bepaald punt voorbij rijdt. Het concept sloeg meteen aan bij kinderen, die gefascineerd waren door de geluidseffecten die werden veroorzaakt door een bepaalde actie. Het mag dan ook niet verbazen dat Brio zijn Smart Tech assortiment verder blijft uitbreiden.

GEVAARLIJKE OVERWEG EN SPOOKHUIS

Een van de nieuwigheden die dit voorjaar binnen Smart Tech worden geïntroduceerd is de Sound Danger Crossing. Dit is een spoorwegovergang waarbij verschillende gevaren om de hoek loeren. Zo is het spoor

gebarsten waardoor de treinen heen en weer schudden wanneer ze erover rijden. Daarnaast zijn er ook nog andere functies en geluiden die geactiveerd worden wanneer de locomotief onder de activatiepoort passeert. In het najaar wordt er binnen Smart Tech ook nog het Spooky Train Station gelanceerd, waarbij de locomotief door een spookhuis stoomt en ook daar diverse interacties veroorzaakt.

STEEDS MEER VARIATIE IN BAANSTUKKEN

Naast de introductie van nieuwe Smart Tech sets, wordt ook het houten railsysteem zelf regelmatig vernieuwd. In het voorjaar lanceert Brio bijvoorbeeld het Ascending Curves Track Pack, een set met onderdelen

waarmee je heel eenvoudig hoogteverschillen en kombochten kan creëren. Wie een nog grotere baan wil bouwen, kan in het najaar aan de slag met het Deluxe Pack, dat een grote voorraad extra bochten, rechte rails, wissels en andere onderdelen omvat.

GEBOUWEN EN ACCESSOIRES

Maar Brio World is natuurlijk veel meer dan alleen maar baanstukken. Het zijn ook de gebouwen en accessoires errond die de speelwereld helemaal tot leven brengen. Een van de nieuwigheden van dit voorjaar is bijvoorbeeld de Container Crane. Met dit spoorwegaccessoire pak je een van de containers met de magnetische haak vast, en vervolgens draai en schuif je de grote kraan in positie boven de sporen, om de

T O Y S T O R Y

lading met de lier te laten zakken tot op de wachtende goederenwagon. In het najaar schakelt Brio nog een versnelling hoger met de Cargo Mountain Set en de Rescue Team Train Set. Deze twee grote speelsets bieden allebei een grote speelwaarde met tal van accessoires, figuren, wagons en baanstukken. Ideale geschenken om een treinwereld uit te breiden of om ermee te beginnen.

TREIN ALS KUNSTWERK

Ook bij de voertuigen op en rondom het spoor valt er nieuws te rapen. De opvallendste introductie van dit jaar is ongetwijfeld de Sticker Train. De Sticker Train biedt een

blanco canvas voor jonge artiesten in spe. Met de drie meegeleverde stickervellen kunnen ze een kleurrijke trein maken, of zelfs eentje met een tijgermotief. En wanneer je jouw creatie beu bent, verwijder je gewoon de stickers en begin je opnieuw met een nieuw ontwerp. Later dit jaar introduceert Brio ook nog een Delivery Truck, waarmee alle pakketjes op hun bestemming kunnen worden afgeleverd.

REGENBOOGSPEL VOOR DE ALLERKLEINSTEN

Het My First Railway assortiment van Brio, voor kinderen vanaf 18 maanden, is eigenlijk

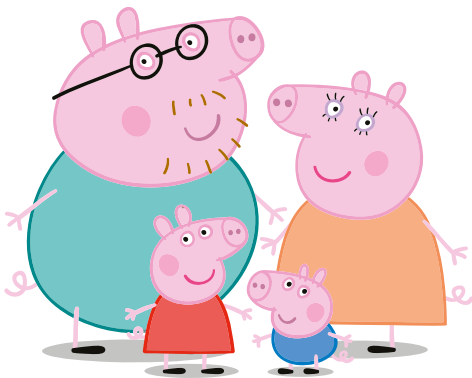
het opstapje naar Brio World. Hoewel de elementen probleemloos binnen Brio World geïntegreerd kunnen worden, zijn deze sets en voertuigen qua uitstraling net iets meer op de allerkleinsten afgestemd. De nieuwe interactieve Light Up Rainbow Set laat peuters op een leuke en boeiende manier kennismaken met oorzaak en gevolg. Elke keer dat je de lichten op de juiste manier door de wolk volgt en de uitdaging voltooit, zal de regenboog een van zijn vier kleuren oplichten en een schattige melodie spelen. Het doel van het spel is simpel: verlicht de regenboog met al zijn prachtige kleuren.



■ WILDBRAIN CPLG

HEEL WAT KLEURRIJKE FILMS EN SERIES IN AANTOCHT

DE FILMWERELD IS AAN EEN DUIDELIJKE INHAALBEWEGING BEZIG EN ER BREEKT EEN PERIODE MET HEEL WAT BIOSCOOPRELEASES AAN. OOK DE TELEVISIEZENDERS EN STREAMINGPLATFORMEN KONDIGEN HEEL WAT NIEUWE SERIES AAN. MET WILDBRAIN CPLG OVERLOPEN WE WAT ER DE KOMENDE PERIODE OP HET PROGRAMMA STAAT VOOR ENKELE MERKEN VAN HASBRO, PARAMOUNT EN SEGA.



Peppa Pig is een van de populairste personages bij kleuters. “Peppa Pig is een leuk merk dat breed gedragen wordt door content”, zegt Delphine de Kool, Licensing Director EMEA Agent Markets bij Hasbro. “De content van Peppa is overal zichtbaar: Netflix, Nick Jr., Videoland, France 5,... Er zijn ook lokale Franstalige en Nederlandstalige YouTube-kanalen. Nieuwe content over de serie is al gepland tot 2025 om het merk verder uit te bouwen. Hasbro hanteert een show-to-shelf strategie, waarbij de thema’s die in de nieuwe content aan bod komen ook terugkomen in de speelgoedproducten.”

Laudy Hooiveld, Retail & Marketing Manager bij WB CPLG voegt toe: “In de Benelux loopt momenteel een theatershow rondom Peppa Pig. In februari werd Peppa Pig World of Play geopend in de Westfield Mall van Nederland, nabij Den Haag. Dit is de eerste Europese interactieve binnenspeeltuin van Peppa Pig die door Merlin Entertainment wordt geëxploiteerd en waar kinderen van 0 tot 6 jaar in de wereld van Peppa kunnen stappen.

De ervaring eindigt met een grote winkel, helemaal Peppa Pig, gevuld met Hasbro speelgoed en gelicenseerde producten uit verschillende productcategorieën.”

NIEUWE GENERATIE MY LITTLE PONY SLAAT AAN

Een van de meest geliefde merken uit de Hasbro-stal, My Little Pony, werd vorig jaar in een compleet nieuw jasje gestoken om een nieuwe generatie fans aan te spreken. “En met succes!”, bevestigt Delphine de Kool. “De 3D-animatiefilm op Netflix afgelopen september brak lokaal en wereldwijd alle records. Er is ook een langetermijnplanning voor My Little Pony met nieuwe content tot 2025. Sinds april is er een nieuwe YouTube-serie in 2D gelanceerd, en vanaf mei komt er ook een nieuwe special van 44 minuten op Netflix. Deze zal in de herfst worden gevolgd door een nieuwe Netflix-serie van acht afleveringen van 22 minuten. Deze verhalen zullen weer vertaald worden naar het speelgoedaanbod van Hasbro.”

Laudy Hooiveld vult aan: “Uiteraard hebben we ook een zeer uitgebreid assortiment consumentenproducten voor zowel Peppa als My Little Pony om het Hasbro-speelgoedaanbod compleet te maken.”

TRANSFORMERS EN D&D

Er is ook nieuws te rapen bij een ander iconisch merk van Hasbro, Transformers. “In 2023 staat er een nieuwe Transformers-film gepland in de bioscopen”, bevestigt Delphine de Kool. “Ook komt er een nieuwe serie, meer gericht op kinderen van 8 tot 12 jaar, die al vanaf dit najaar 2022 op Nick Jr zal worden uitgezonden.” “Naast het nieuwe Hasbro-speelgoedaanbod wordt nu ook een licentieprogramma opgebouwd richting 2023, wanneer de nieuwe film en serie gelanceerd zullen worden”, vult Laudy Hooiveld aan. “Tot slot verkennen we ook een nieuw licentieaanbod voor Dungeons & Dragons als in maart 2023 een nieuwe film in de bioscopen verschijnt.”

L I C E N S I N G



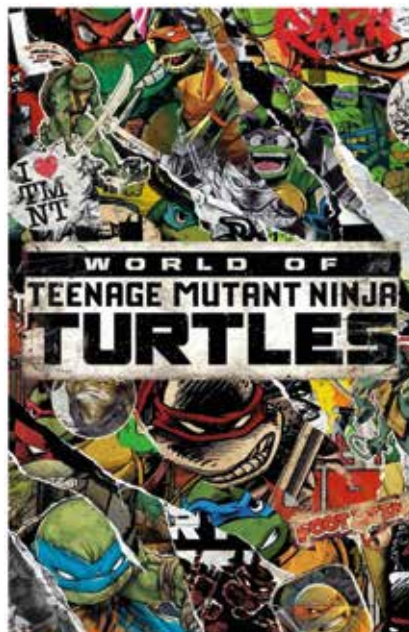
PAWTASTISCHE TIJDEN VOOR PAW PATROL

Geen klus is te groot en geen pup is te klein – onder dit motto verovert PAW Patrol al bijna een decennium lang kinderharten wereldwijd. In 2023 zullen de pups dan ook groots hun 10de verjaardag vieren met speciale retailactivaties, nog meer nieuwe content en, na het ongeëvenaarde succes van PAW Patrol de Movie, een gloednieuwe film: PAW Patrol – de Mighty Movie. Deze zal vanaf oktober in theaters te zien zijn. Om het feestelijke jaar voort te zetten zal vanaf 2024 ook een nieuwe spin-off serie te zien zijn. Deze show zal zich focussen op Rubble die samen met zijn familie op avontuur gaat.

Laat ons ook even kijken naar de rest van 2022. Dit jaar zullen nog nieuwe thema's en content voor PAW Patrol verschijnen. Rescue Knights is op dit moment met speelgoed van Master Toy Partner Spin Master in de retail verkrijgbaar. Kinderen kunnen dagelijks hun favoriete pups op Nick jr. bekijken. In de zomer worden de katjes van Cat Pack geïntroduceerd. Tijdens de Nick jr zomerbios zullen zij ook in een exclusieve episode in Pathé te zien zijn. Het jaar wordt 'groots' afgesloten met de Big Truck Pups, het thema van het najaar '22.

DE TURTLES ZIJN TERUG

Door de geschiedenis heen hebben de Teenage Mutant Ninja Turtles vele vormen gekregen - ze passen zich voortdurend aan en evolueren om een enorm publiek van meerdere generaties aan te trekken. "We



zullen Turtles fans blijven verrassen en verblijden: dit jaar ligt de focus op onze volwassen Superfans met collector items, gaming en retro nostalgie. In 2023 zullen we ons concentreren op de volgende generatie kinderfans; oplopend in de gangpaden van de jongens, en gebruikmakend van de gloednieuwe bioscoop film, geregisseerd door niemand minder dan Seth Rogen. 2024 wordt het jaar om de aantrekkingskracht van TMNT voor meerdere generaties echt te maximaliseren door middel van speelgoed, games en de viering van het 40-jarig jubileum van de franchise!"

TWEEDE SONIC-FILM SLAAT AAN

Ten slotte willen we ook nog even die andere held, Sonic The Hedgehog, belichten. De tweede Sonic-film loopt inmiddels in de bioscopen, met zeer goede resultaten. Paramount bevestigt dan ook de komst van een derde Sonic-film op Twitter. Later dit jaar komt er ook nog eens een nieuwe Netflix-serie, Sonic Prime. Naast de speelgoedlijn van LEGO, is ook hier weer een mooi aanbod van consumer products voorzien.



BMW GS ADVENTURE R1250 (24V)
Bereik tot 11 km/u!



**BMW Official
Licensed Product**

www.injusa.com



NIEUW!
LITTLE DUTCH
enjoy the little things



VAN DER MEULEN
TOYS | LEISURE | OUTDOOR

Van der Meulen
Lorentzstraat 23 | 8606 JP Sneek

T +31 (0) 515 435 635
F +31 (0) 515 420 247
E info@vandermeulen.com

vandermeulen.com

Inside News

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

GRAVITRAX THE GAME

Dit jaar introduceert Ravensburger, een unieke combinatie van een knikkerspel en een breinbreker. Met een actieblokje en 30 opdrachtkaarten met verschillende moeilijkheidsgraden nodigen de GraviTrax Games kinderen en volwassenen uit tot puzzelen.

De uitdaging is pas behaald als alle onderdelen zijn geplaatst en de kogel van start tot finish rolt. Bovendien heb je voor dit spel geen starter set nodig, je kan dus meteen aan de slag!

www.ravensburger.be



ONVEILIG SPEELGOED VAN ONEERLIJKE VERKOPERS BEREIKT NOG STEEDS ONZE KINDEREN



In 2021 bleef speelgoed van oneerlijke handelaren hoog scoren in het systeem voor snelle waarschuwingen voor gevaarlijke producten. In het jaarverslag van de EU Safety Gate 2021 is speelgoed het op één na meest gemarkeerde product, goed voor ongeveer 20% van alle producten die door de EU-lidstaten worden gesignaleerd.

Net als in voorgaande jaren waren de meeste meldingen in verband met illegale handelaren die de strikte EU-veiligheidsregels voor speelgoed negeren. 97% van de waarschuwingen voor speelgoed hadden betrekking op fabrikanten die geen banden hadden met Europese speelgoedverenigingen. De helft van deze producenten heeft geen naam en adres opgegeven - een basisverplichting volgens de EU-veiligheidsregelgeving, aangezien autoriteiten gemakkelijk contact moeten kunnen opnemen met de fabrikanten als een terugroepactie of wijziging van het product nodig is.

De kwestie van niet-naleving van de EU-beperkingen op bepaalde beperkte ftalaten, die als hormoonontregelaars worden beschouwd, is ook een terugkerend probleem. De EU-regels inzake ftalaten zijn meer dan 20 jaar oud en nog steeds was een kwart van de speelgoedwaarschuwingen in 2021 gelinkt aan deze groep chemicaliën. Het is duidelijk dat er een goede handhaving van de bestaande regels nodig is om kinderen beter te beschermen tegen schadelijke chemicaliën in speelgoed, in plaats van meer regels.

Het aantal gemelde speelgoeditems is in 2021 met 30% gedaald ten opzichte van 2020. Maar dit is vooral te wijten aan het vertrek van het VK uit de EU en het niet langer rapporteren van gegevens aan de EU Safety Gate. De door het VK gerapporteerde gegevens waren bijzonder hoog in 2020 vanwege het eigen onderzoek van de gerenommeerde Britse speelgoedsector naar onveilig speelgoed dat via online marktplaatsen wordt verkocht.

www.toyindustries.eu

PLAYMOBIL CARS

Begin april is de klassieker Mercedes-Benz 300 SL met gevleugelde deuren uitgekomen en eind mei wordt de voertuigencollectie van PLAYMOBIL uitgebreid met K.I.T.T. uit de bekende jaren '80 TV-serie Knight Rider. De iconische auto van de film Knight Rider heeft zowel licht- als geluidsopties, waaronder bekende zinnen uit de serie.

www.playmobil.be



NIJNTJE KIEKEBOE VAN IDENTITY GAMES

Na het succes van nijntje Verstopperje Spelen komt Identity Games met een nieuw spel: nijntje Kiekeboe! Het spel stimuleert de zintuigen en de sociale en motorische ontwikkeling van kinderen en is geschikt voor de allerkleinsten van 1 tot en met 4 jaar.

Afhankelijk van de leeftijd en ontwikkeling van een kind, kun je een speelniveau kiezen. Elk niveau wordt gespeeld met het interactieve nijntje. Wanneer nijntje wordt afgedekt door een huisje zal ze "Doei!" zeggen. Als nijntje is afgedekt, zegt ze om de 7 seconden "Hihi!" en als je het huisje van nijntje afhaalt, zegt ze "Kiekeboe!".



Tamar de Vos - van der Hoeven, afgestudeerd in klinische kinder- en jeugdpsychologie, geeft al 25 jaar opvoedkundig advies en heeft nijntje Kiekeboe getest. Zij beaamt dat spelletjes zoals Kiekeboe kunnen helpen bij het lokaliseren van geluid en ontwikkelen van het besef van objectpermanentie. "Bij het ouder worden leert een baby zich een beeld te vormen en komt het besef dat iets of iemand blijft bestaan. Kinderen leren door nijntje Kiekeboe ervaren dat wat ze niet zien, weer terug kan komen. Vanaf vier maanden zien we ook dat kindjes vaker met hun hoofdje gaan draaien in de richting van geluid om dit te lokaliseren. Door te oefenen met geluiden kan je deze ontwikkeling stimuleren. Rond acht maanden zijn kinderen beter in staat een geluid te koppelen aan een betekenis. Door voorwerpen en geluiden samen aan te bieden, leren kinderen sneller het verband hiertussen te leggen."

Nijntje Kiekeboe is vanaf nu verkrijgbaar. Neem voor meer informatie contact op met Identity Games via info@identitygames.nl.

www.mercis.nl

BARBIE VERKENT NIEUWE GRENZEN IN EERSTE RUIMTEREIS



In een samenwerking met het International Space Station U.S. National Laboratory stuurt Mattel twee Barbie®-poppen de ruimte in om meisjes aan te moedigen om een carrière in de lucht- en ruimtevaart, techniek en STEM te overwegen.

Het doel van Barbie is altijd geweest om meisjes eraan te herinneren dat ze alles kunnen zijn. Door hen bijna 40 verschillende carrières in STEM te laten zien - zoals astrofysicus, ruimtewetenschapper en robotica-ingenieur - blijft het merk helpen de "Dream Gap" te dichten en het speelveld te egaliseren voor meisjes.

"Barbie introduceerde in 1965 een astronautenpop voordat mensen zelfs maar een voet op de maan hadden gezet", zegt Lisa McKnight, Executive Vice President en Global Head van Barbie and Dolls, Mattel. "Nu, bijna 60 jaar later en met 200 carrières en nog veel meer, hebben Barbie-poppen de ruimte bereikt. Het is belangrijk dat we meisjes aanmoedigen om – letterlijk – naar de sterren te reiken en een loopbaan in de lucht- en ruimtevaart en STEM na te streven. Met hulp van het team van het International Space Station National Lab herinneren we meisjes eraan dat zelfs de zwaartekracht hen niet kan tegenhouden."

Wanneer de Barbie-poppen deze zomer uit de ruimte zijn teruggekeerd, zullen de twee poppen worden gedoneerd aan het Smithsonian's National Air and Space Museum. Later dit jaar worden ze dan tentoongesteld in het Steven F. Udvar-Hazy Center van het museum in Chantilly, Virginia. Als onderdeel van Barbie's eerste ruimtereis, zal het merk Barbie ook een speciale aflevering uitbrengen van de You Can Be Anything™-serie van het merk, die inspirerende digitale inhoud toont met gesprekken met vrouwelijke rolmodellen om meisjes eraan te herinneren dat zij de leiders van morgen kunnen zijn.

www.mattel.com

LEGO GROUP INVESTEERT IN DIGITALE TRANSFORMATIE

De LEGO Group heeft een nieuw digitaal kantoor in Kopenhagen geopend om zijn digitale ambities op de lange termijn te ondersteunen. Het kantoor, een van de vier digitale werkplekken over de hele wereld, wordt een basis voor maximaal 400 collega's. Ook de digitale kantoren in Billund, Londen en Shanghai zullen ook worden uitgebreid om plaats te bieden aan het groeiende team dat over een periode van drie jaar bijna zal verdrievoudigen tot meer dan 1.800 wereldwijd.

“Onze digitale transformatie is een van de grootste investeringen die de LEGO Groep in een generatie zal doen”, aldus Chief Digital & Technology Office, Atul Bhardwaj. “We combineren al jaren fysieke en digitale ervaringen en zijn enthousiast over onze vooruitgang. Maar we hebben grote ambities, dus versnellen we onze investering en breiden we ons digitale team uit. De LEGO®-steen zal altijd het hart van ons bedrijf blijven, maar we zien grote successen om van LEGO een digitaal merk te maken door nieuwe manieren van spelen, winkelen en zakendoen.”



De meerjarige digitale transformatie van de LEGO Groep – goed voor meerdere miljarden kronen - zorgt nu al voor groei met investeringen in gebieden zoals e-commerce mogelijkheden en nieuwe producten zoals LEGO® Super Mario™, die achtereenvolgende jaren van groei met dubbele cijfers stimuleren.

Het nieuwe kantoor is ontworpen om de digitale manier van werken te verbeteren. Het weerspiegelt de speelsheid en de missie van het bedrijf om kinderen te inspireren en te ontwikkelen. Daarnaast past deze investering ook binnen de Best of Both-benadering van het bedrijf, die het beste van werken op kantoor en thuis combineert. Het nieuwe kantoor, dat momenteel 100 collega's huisvest, bevindt zich in het hart van Kopenhagen en beschikt over een groot aantal samenwerkingsruimten, een gamerroom en een gezellige kantine.

LEGO zal zijn digitale investeringen opvoeren in alle gebieden van zijn bedrijf, van speel- tot winkel- en technologische infrastructuur. Daarom is het bedrijf op zoek naar getalenteerde ingenieurs, productmanagers, UX/UI-ontwerpers, technische programmamanagers, digitale beveiligingsspecialisten en datawetenschappers om deze uitdagingen aan te gaan.

www.lego.com

SPETTEREN IN STIJL



Gezellig naar het zwembad, een dagje naar het strand of gewoon in het badje in de achtertuin; ook de allerkleinsten mogen flaneren tijdens al dit waterplezier. Spetteren in een hippe zwemluier met bijpassend zonnehoedje en daarna lekker behaaglijk in een wasbeer- of pinguïnbadcape. En als je helemaal klaar bent met zwemmen, dan trek je natuurlijk je stoere oefenbroekje aan!

De heerlijk zachte badcapes van Zoochini maken van jouw kleintje een heus knuffeldier. Op de capuchon staat een schattig dierengezichtje met geborduurde details en de dierenpootjes bieden ruimte om de handen in te steken. Ze zijn niet alleen behaaglijk om na het zwemmen of douchen heerlijk in te wikkelen, maar staan ook garant voor veel speelplezier.

De zomer is de ideale tijd om je kindje zindelijk te maken. En dat is alleen maar extra leuk met de stoere oefenbroekjes van Zoochini. Ze zijn gemaakt van comfortabel organic katoen en hebben een mooie dierenprint op de achterzijde. En dankzij een dikke laag dubbelzijdig badstof tussen de lagen katoen worden kleine ongelukjes perfect geabsorbeerd.

Ook de zwemsetjes van Zoochini hebben kleurrijke dierenvormen waarin je kindje zeker de blits maakt. De wasbare zwemluier kun je na gebruik eenvoudig afspoelen en laten drogen voor volgend gebruik. Door de goed aansluitende elastiekjes bij de beentjes en het netje aan de binnenkant, blijven eventuele ongelukjes netjes binnen het broekje. En voor extra pascomfort kan het broekje in de taille worden aangepast naar het lichaam van je kindje. Het bijpassende zonnehoedje beschermt dankzij de extra brede rand optimaal tegen schadelijke zonnestralen en geeft verkoeling.

www.zoocchini.nl



zelf woorden maken
Vergroot spelenderwijs de letterkennis en woordenschat met de nijntje woordenmaker! Kijk naar het plaatje en het bijbehorende woord en leg vervolgens de letters na. De gekleurde figuurtjes bij de letters maken het spel zelf-corrigerend. zwijsen.nl

speel je mee met nijntje?



back to school

nijntje rugtassen
Samen met nijntje naar school! Deze mooie rugzakken zijn verkrijgbaar in verschillende designs. Met een ruim hoofdvak en comfortabele, verstelbare schouderbanden. Zo wordt naar school gaan nog leuker. vadobag.nl



nijntje kiekeboe
Onder welk huisje zou nijntje verstopt zitten? Als je haar vindt roept nijntje "kiekeboe!". Dit nieuwe spel kan op drie niveaus gespeeld worden, afhankelijk van de leeftijd en ontwikkeling van het kind. identitygames.nl



monopoly bordspel
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. Het spel is geschikt voor nijntje-fans vanaf 8 jaar. identitygames.nl



99 nijntjes
Lekker puzzelen met nijntje! Op deze kleurrijke plaat staan maar liefst 99 illustraties van nijntje en haar vriendjes. Bestaat uit 1.000 stukjes en is geschikt voor beginnende en ervaren puzzelaars vanaf 14 jaar. ravensburger.nl

MATTEL EN UNIVERSAL SLUITEN MEERJARIGE LICENTIEOVEREENKOMST ROND DE TROLLS-FRANCHISE



Mattel is een meerjarige wereldwijde licentieovereenkomst aangegaan met Universal Brand Development, voor het merk Trolls van DreamWorks Animation. De levendige en vrolijke animatiefanchise Trolls is een van de meest erkende merken voor familie-entertainment ter wereld geworden. Door de overeenkomst heeft Mattel de licentierechten om een volledige speelgoedlijn te ontwikkelen, inclusief poppen, voertuigen, pluche, spellen en meer. Verwacht wordt dat deze collectie in het najaar van 2023 bij retailers over de hele wereld wordt gelanceerd. In november 2023 is er dan ook een volledig nieuwe Trolls-film in de bioscoop.

Deze nieuwe licentieovereenkomst bouwt voort op de bestaande licentiepartnerschappen tussen Mattel en Universal Brand Development voor o.a. Spirit Riding Free (DreamWorks Animation), Minions (Illumination), Jurassic World (Universal Pictures & Amblin Entertainment) en Fast & Furious (Universal).

De Trolls van DreamWorks Animation hebben de harten van families over de hele wereld veroverd met hun kleurrijke karakters en optimistische boodschap", aldus Nick Karamanos, Senior Vice President, Entertainment Partnerships, Mattel. "We kijken ernaar uit om voort te bouwen op onze sterke relatie met Universal en DreamWorks en geweldig speelgoed te maken dat kinderen zal inspireren om hun 'happy place' te vinden."

"We zijn verheugd om onze samenwerking met Mattel uit te breiden met de geliefde Trolls-franchise van DreamWorks Animation", zo vult Joe Lawandus, Senior Vice President en General Manager, Global Toys and Hardlines bij Universal Brand Development aan. "Onze samenwerking met Mattel zal een geheel nieuwe innovatieve speelgoedlijn opleveren die de levendige, muzikale wereld van de Trolls tot leven zal brengen."

www.mattel.com

UNLOCK! 09 LEGENDARISCHE AVONTUREN



Unlock is een coöperatief kaartspel geïnspireerd door escaperooms; ruimtes waaruit je moet ontsnappen binnen 60 minuten. Unlock! laat je deze ervaring nu thuis aan je eigen tafel beleven met een kaartendeck (60 kaarten) en een gratis app die je door de 3 scenario's leidt. Doorzoek de ruimtes, combineer voorwerpen en los alle puzzels op voordat de tijd op is!

Deze editie bevat de volgende 3 avonturen.

Actieverhaal: De ongrijpbare Stella heeft 's werelds meest kostbare juweel gestolen! Stop haar en neem haar waardevolle buit in beslag.

Robin Hood - Dood of Levend: Robin is in handen gevallen van de Sheriff van Nottingham. Roep de hulp van zijn gezelschap in om hem te bevrijden uit de kerker.

Sherlock Holmes - De zaak van de verschroeiende engelen: De meest beroemde detective aller tijden heeft je hulp nodig bij het oplossen van een vreemde moordzaak...

www.asmodee.be



JUMP IN' LIMITED EDITION

Een speciale editie met beperkte oplage. Kan jij de konijntjes in veiligheid brengen?

Laat de konijnen over vossen, andere konijnen en paddenstoelen springen totdat ze allemaal veilig in een holletje zitten. Deze versie met beperkte oplage bevat een extra konijn en 40 extra opdrachten voor nog meer spring-plezier!

www.smartgames.eu

NIEUW!

WILTOPIA playmobil

**WILTOPIA
WITH
SUSTAINABLE
MATERIALS
MORE THAN
80%
ON AVERAGE**

OM VAN TE HOUDEN, TE LEREN EN TE BESCHERMEN

Bij Wiltopia draait alles om opgroeien in een wereld waar dieren en de natuur worden gewaardeerd en beschermd. Met Wiltopia combineert PLAYMOBIL spelen en leren op een unieke manier en biedt het verschillende kernelementen binnen het uitgebreide spelthema. Maar liefst 27 dieren van over de hele wereld zorgen vanaf juli voor veel verzamel- en speelplezier, gevolgd door zes speelsets in september waarmee kinderen zich kunnen onderdompelen in het fascinerende Amazonegebied.

JULI



71048 – 71074
27 dieren uit alle continenten
om te verzamelen en mee te spelen

71007
Dierenverzorgingscentrum



71009
Nachtlamp
regenwoud



SEPTEMBER

71008
Onderzoeksstation
met kompas



71012
Miereneter
verzorging



71011
Dierenreddingsquad



71010
Boottocht naar
de zeekoelien



PLANTOYS LANCEERT HET PLAYCYCLE PROGRAMMA

Ter afsluiting van verschillende acties omtrent zijn 40ste verjaardag, lanceert PlanToys nu het 'PlayCycle' programma. Een apotheose met een langlopende impact voor de toekomst.

Al ruim 40 jaar is duurzaamheid één van de hoekstenen van het merk PlanToys. De missie van het bedrijf luidt dan ook 'better kids for a better world'. Een nieuwe stap in deze missie is de lancering van het PlayCycle programma.

Via PlayCycle engageert het bedrijf zich om speelgoed zo weinig mogelijk verloren te laten gaan op de grote afvalhoop. Het programma werd ontwikkeld om de levensduur van speelgoed te verlengen en het moedigt gezinnen actief aan om gebruikte PlanToys producten door te geven, om op die manier hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Gezinnen kunnen zich aanmelden op de site van PlanToys om een PlayCycle pakket te ontvangen. Dit omvat o.a. instructies over schoonmaken, inpakken en doorgeven.

Olivier De Rauw van PlanToys zegt hierover: "Wanneer we 2000 stuks over de hele wereld kunnen "PlayCyclen", verminderen we de CO2-uitstoot met het equivalent van 1x rond de wereld rijden met de auto. PlayCycle is een initiatief dat gezinnen ook bewust maakt omtrent duurzaam leven. En het stimuleert ook om te geven en zo houten speelgoed maximaal te benutten."

"Uit studies blijkt dat kwalitatief houten speelgoed gemiddeld 40 jaar goed is", zo gaat Olivier De Rauw verder. "Toch spelen kinderen vaak maar 6 maanden met hetzelfde speeltje. Uit die informatie leren we dus dat ons speelgoed vaak tot 80 verschillende kinderen blij kan maken. Maar het effectief doorgeven wordt nog steeds te weinig gestimuleerd."

Naast het effectief registreren en doorgeven voor dit programma biedt PlanToys ook nog kleurplaten en spelletjes aan op hun website om kinderen zo meer kennis bij te brengen over duurzaamheid. Gezinnen kunnen zich registreren voor PlayCycle via onderstaande website.

<https://uqr.to/PlanToys-PlayCycle>



MATTEL ZET IN OP KOOLSTOFNEUTRALE EN GERECYCLEERDE MATERIALEN



Mattel breidt haar assortiment duurzame producten uit met de nieuwe, koolstofneutrale MEGA BLOKS Green Town-lijn en een Matchbox Tesla Roadster vervaardigd uit 99% gerecycleerde materialen.

MEGA, wereldwijde marktleider in bouwspelgoed voor kleuters, levert met MEGA BLOKS Green Town het eerste gecertificeerd koolstofneutrale speelgoed ooit dat in massaretail verkrijgbaar zal zijn. Het bedrijf levert zo een bijdrage tot een mooiere en meer duurzame toekomst. Vier nieuwe MEGA BLOKS Green Town-bouwsetjes ondersteunen een meer ecologische manier van spelen voor de kleine klussers van 1 jaar en ouder.

In 2021 kondigde Matchbox ook al Driving Toward a Better Future aan, een productstapenplan om tegen 2030 alle gegoten auto's, speelsets en verpakkingen te vervaardigen uit 100% gerecycleerde, recycleerbare en biobased plastic materialen, in overeenstemming met het bedrijfsdoel van Mattel. Ter illustratie van deze principes lanceert Mattel zijn eerste, langverwachte Matchbox Tesla Roadster, de eerste gegoten wagen die voor 99% vervaardigd werd uit gerecycleerde materialen en die beschikt over een koolstofneutraal label. Deze kan nu reeds als een pre-sale item besteld worden via Mattel Creations.

Dit jaar lanceert Matchbox nog meer producten die ontworpen werden om minder impact te hebben op het milieu en om de echte wereld beter te weerspiegelen, terwijl het tegelijkertijd ecologische speelpatronen aanmoedigt.

www.mattel.com



LEUKE ZITZAKKEN EN POUFS VOOR DE HELE FAMILIE

Het Poolse merk BINI maakt zitzakken en poufs voor kinderen en de hele familie. Door het gebruik van mooie, ruwe (biologische) katoen passen de zitzakken overal in het interieur.

De producten worden volledig gemaakt in Polen en hebben het CE certificaat, kwaliteit en duurzaamheid staan voorop. De zitzakken zijn licht en heel comfortabel. Dankzij een extra handgreep kan je ze gemakkelijk verplaatsen en zitten waar je maar wil. Wordt je zitzak of pouf vuil, dan kan je hem gewoon wassen (in de wasmachine op 30°).

www.malin-agency.be

KLEUR, CREËER EN LEER MET EATSLEEPDOODLE!

Superleuke educatieve en creatieve cadeaus om in te kleuren en te personaliseren met de bijgeleverde uitwasbare stiften.

De katoenen producten van eatsleepdoodle worden altijd geleverd inclusief 10 uitwasbare stiften. De kleur is uitwasbaar op 40 graden en geeft niet af op uw andere wasgoed! De placemat to go is het ideale product om mee te nemen naar het restaurant, op vakantie, uit logeren of voor gebruik thuis. Een goed alternatief voor het schermje en een superleuke bezigheid voor jong en oud! De dubbelzijdige placemat heeft aan beide kanten een ander design en komt inclusief katoenen tasje en uitwasbare stiften.

De placemats zijn er in 6 thema's: dino's, sprookjes en legendes, het heelal, vlinders, de moestuin en voertuigen. Elk thema komt met een eigen kleur tasje. Wat is jouw favoriete thema?



www.theyellowpenguin.nl

MELISSA & DOUG WIL 10 MILJOEN BOMEN PLANTEN



Speelgoedfabrikant Melissa & Doug heeft zich geëngageerd om tegen 2030 10 miljoen bomen te planten, om zo bij te dragen aan een "groenere, gezondere" wereld voor kinderen. Dit initiatief wordt ondersteund door One Tree Planted, een wereldwijd herbebossingsprogramma.

"Als een doelgericht speelgoedmerk is het ons doel om bij alle kinderen de verbeelding en verwondering aan te wakkeren. De kinderen van nu groeien op in een wereld waar ze zich bewust zijn van zaken als klimaatverandering. Het is belangrijk dat we namens toekomstige generaties iets teruggeven aan onze planeet", zegt Bridgette Miller, Chief Marketing & Sustainability Officer van Melissa & Doug. "Met elke nieuwe boom die we helpen groeien, willen we kinderen eraan herinneren dat de wereld hun speeltuin is!"

Sinds 2014 heeft One Tree Planted meer dan 40 miljoen bomen geplant via haar partnerschappen in meer dan 43 landen over de hele wereld. Melissa & Doug ondersteunt de non-profitorganisatie en haar focus om bossen te herstellen om biodiversiteit te creëren en een positieve sociale impact te maken, zoals gemeenschapsstabilisatie. Er worden bomen geplant in drie verschillende regio's, waaronder de Appalachen, de Filippijnen en de Amazone. Inspanningen in deze regio's zullen helpen bij het herstel van beschadigde bossen en/of bij het herstel van het land.

www.melissaanddoug.com

GOLIATH NEEMT HET AUSTRALISCHE BEDRIJF COLORIFIC OVER



Goliath, een van de weinige overgebleven, wereldwijde speelgoed- en spellenbedrijven in familiebezit, heeft de overname van Colorific aangekondigd. Colorific, ook een familiebedrijf, is gespecialiseerd in STEM-, hobby- en kleuter- en educatieve producten.

Colorific werd opgericht in 1990 en is al meer dan 30 jaar toonaangevend op het gebied van innovatieve DIY-producten. Het bedrijf, gevestigd in Melbourne, heeft in die periode meer dan 50 miljoen producten verkocht in meer dan 40 landen. In de loop der jaren werden er verschillende product-, leveranciers- en bedrijfsawards gewonnen, en in 2019 werd Colorific ook opgenomen in de Australian Family Business Hall of Fame.

"We zijn al een tijdje op zoek naar een partner om het succes dat we hier in Australië hebben gehad op wereldwijde schaal te herhalen", aldus Mark Levi, Managing Director van Colorific. "We zijn verheugd de perfecte match te hebben gevonden met Goliath, een ander innovatief en zeer succesvol familiebedrijf binnen de speelgoedwereld."

"De overname van Colorific door Goliath betekent een geweldig nieuw hoofdstuk in het verhaal van ons bedrijf", zegt Jochanan Golad, CEO van Goliath Group. "Met het wereldwijde distributienetwerk van Goliath zijn we goed gepositioneerd om de innovatieve assortimenten van Colorific overal naartoe te brengen. We zijn enorm enthousiast om de succesvolle merken van Colorific – zoals o.a. Build a Bot, Wood WorX, Watch Me Grow - te laten groeien."

www.goliathgames.nl

TOY FAIR NEW YORK KEERT TERUG OP 30 SEPTEMBER 2023



The Toy Association, organisator van Toy Fair New York, de grootste speelgoed-, speel- en jeugd-entertainmentmarkt op het westelijk halfrond, heeft aangekondigd dat de 118^{de} editie van het salon van 30 september tot 3 oktober 2023 zal plaatsvinden in het Jacob K. Javits Convention Center in New York City.

Zoals reeds eerder aangegeven, heeft de raad van bestuur van The Toy Association besloten om de timing van de beurs te verschuiven van februari naar de herfst. Deze beslissing komt er op basis van verschillende factoren, waaronder de langere doorlooptijden in de productietoeleveringsketen en sourcing, en de geëvolueerde inkoopcycli van detailhandelaren. Deze bevindingen werden vastgesteld tijdens verschillende enquêtes onder leden en onderzoekswerk uitgevoerd door adviesbureau mdg als onderdeel van een meerjarig proces om de toekomst van Toy Fair te "herdenken".

"Al meer dan een eeuw brengt Toy Fair aankopers, verkopers, importeurs, uitvinders, licentiegevers, ondernemers, media en andere belanghebbenden uit de speelgoedwereld samen. We zullen deze erfenis voortzetten wanneer we verder gaan met een opnieuw ontworpen show in het hart van New York City. Het wordt een show die het best alle doelgroepen bedient die op Toy Fair vertrouwen om hun business vooruit te helpen in een snel evoluerende retail- en productieomgeving - en gebruik te maken van de unieke positie van New York als financiële en mediahub", aldus Steve Pasierb, voorzitter en CEO van The Toy Association. "Nu de data voor Toy Fair New York 2023 zijn vastgesteld, hebben bedrijven ruimschoots de tijd om plannen te maken voor wat een uitzonderlijke en langverwachte show zal worden!"

De Toy Association blijft de industrie bedienen en zal in september al een 2023 Preview & 2022 Holiday Market houden in Dallas, waar retailers de kerst-musthaves van dit jaar kunnen kopen en innovatieve producten voor volgend jaar kunnen bekijken.

www.ToyFairNY.com

MUUKI DRINKFLES

De dagelijkse drinkfles van Muuki (720ml) helpt je op een stijlvolle en duurzame manier te voorzien in je dagelijkse waterbehoefte. Voldoende (water) drinken is belangrijk, de tijdmarkeringen op de fles helpen je hierbij.

De fles ligt door de siliconen sleeve goed in de hand en het glas zorgt voor een pure smaak. Ook geschikt voor warme dranken. Vaatwasbestendig. Muuki is een trotse supporter van Water.org, een wereldwijde non-profitorganisatie die mensen helpt om toegang te krijgen tot veilig water en sanitaire voorzieningen.



www.malin-agency.be



GRID LEGENDS: EEN RACEGAME DIE OOK NIET-LIEFHEDERS WEET TE VERLEIDEN

MET GRID™ LEGENDS PRESENTEREN CODEMASTERS EN ELECTRONIC ARTS INC. EEN SPECTACULAIRE RACEGAME DIE INDRUK MAAKT, VOORAL DANKZIJ DE DRIVE TO GLORY VERHAALMODUS, DIE OOK GAMERS DIE DOORGAANS NIET VAN RACEGAMES HOUDEN KAN OVERTUIGEN.

Heel wat beginnende racegamers leggen een spel na enkele speelbeurten terug aan de kant, wanneer ze hun eerste races steeds ergens achteraan eindigen. De verhaalmodus van GRID™ Legends past hier heel slim een mouw aan, door een carrière uit te bouwen in haalbare stappen, waarbij niet meteen op het allerhoogste wordt gemikt. Eerst moet je je plekje veroveren in het Seneca team, daarna moet je teammaat Yume Tanaka ondersteunen, of probeer je je rivaal te verslaan. Race na race word je beter, en na verloop van de tijd doe je mee voor de podiumplaatsen.

Het GRID-kampioenschap is een categorie-overstijgend kampioenschap, want de piloten maken afwisselend gebruik van touring cars, buggy's, elektrische wagens en zelfs trucks. Ook het raceformat varieert. Zo is er de zeer spectaculaire Elimination Race, waarbij na een bepaalde tijd de laatste wagen telkens uit koers

wordt genomen, tot er uiteindelijk één winnaar overblijft. Een ander interessant element is het Nemesis-systeem, waarin er tijdens de wedstrijd een rivaliteit zal ontstaan. Geef jij een bepaalde tegenstander even een tik? Dan zal die er vanaf dan alles aan doen om ervoor te zorgen dat jij de race zeker niet wint. Wie uitdeelt, kan dus een tik terug verwachten.

Visueel is GRID™ Legends een prachtige game. Zeker ook omdat er wordt geracet op enkele stratencircuits in prachtig weergegeven wereldsteden zoals Londen, Moskou, Barcelona, Dubai, Parijs en Shanghai. Ook de mogelijkheden van de PS5 worden goed benut, met de adaptieve triggers, die weerstand bieden tijdens het accelereren en remmen. Het is maar een van de features die je helemaal meetrekken in de cockpit van de racebolide.

MOTOGP™22 EERT DE MOTORSPORT

EN ER IS NOG EEN NIEUWE GAME DIE VOOR SNELHEID ZORGT, WANT MILESTONE EN DORNA SPORTS S.L. HEBBEN MOTOGP™22 GELANCEERD.



Het **NINE Season 2009** is een fascinerende game-mode om een van de spectaculairste seizoenen uit de MotoGP™-geschiedenis opnieuw te beleven. Deze mode plaatst spannende gameplay in de omliggende van een nostalgische en aangrijpende docu-film. Stap in de laarzen van legendarische coureurs als Rossi, Pedrosa, Stoner en Lorenzo, en overwin adembenemende uitdagingen om historische momenten na te bootsen.

De 2022-editie voegt ook een verbeterde **Tutorial** en de **MotoGP™ Academy** toe, om de ervaring van zowel nieuwkomers als core gamers te verrijken. Deze twee nieuwe modes helpen beginners om het racen op twee wielen onder de knie te krijgen, terwijl geoefende spelers hier kunnen leren hoe ze hun prestaties naar een professioneel niveau kunnen tillen.

Ook de **Managerial Career** is terug en laat spelers weer hun eigen team creëren of lid worden van een echt team. Daarbij kunnen spelers hun strategie om de top te bereiken tot in de kleinste details bepalen, onder andere door het toewijzen van ontwikkelpunten en inzetten van R&D-personeel. Spelers kunnen hun motorfietsen ontwikkelen door het verbeteren van aspecten als motor, frame, aerodynamica en elektronica. Spelers kunnen hun carrière helemaal onderaan de ladder beginnen met een Junior Team in de Moto2™- of Moto3™-klassen, waarbij ze zelf kunnen kiezen voor een sponsor, teammanager, technisch directeur en tenminste één coureur.

bAYALA[®]

Schleich 



70575



70714



70720



42526

WWW.PUPPY.COM





Ontdek de nieuwe SmartGames op www.SmartGames.eu!