

# Kids & Baby UNIVERSE

JANUARI 2023

## EEN WERELD VOL NIEUWE VRIENDEN

**NOVA**

**OLLY**

**ALIYA**

**PAISLEY**

**ZAC**

**LIANN**

**LEO**

**AUTUMN**







# PENGUINS HUDDLE UP



Ontdek de nieuwe SmartGames op [www.SmartGames.eu](http://www.SmartGames.eu)!

# E D I T O

## Beste lezer,

Zou die ene vriendelijke mevrouw nog in ons hotel werken? Zou dat ene restaurant in het centrum nog open zijn? En werkt die fijne mijnheer nog altijd bij die standhouder? We trekken dit jaar met heel wat vraagtekens richting Nürnberg. Drie jaar is een enorm lange periode, waarin er enorm veel kan veranderen. In die zin zal de Spielwarenmesse 2023 – ook voor de ancients met tientallen edities op de teller – aanvoelen als een eerste schooldag. Met opvallende afwezigingen, maar ook met fijne nieuwe gezichten. Dat maakt het extra spannend.

Toch zal het ook weer snel 'business as usual' zijn. Al is de woordkeuze misschien ongelukkig. Wie op ontdekking mag gaan in een aanbod van tienduizenden nieuwe speelgoedproducten, kan zijn job bezwaarlijk 'usual' noemen. Het blijft een uniek voorrecht om te mogen werken in deze sector, waar je regelmatig nog een beroep mag doen op het kind in jezelf.

Het wordt dus een mix van blij weerzien en aangename kennismakingen. Maar uiteraard blijft de Spielwarenmesse ook dé uitgelezen gelegenheid om de collecties voor het komende najaar verder af te toetsen. Om met een product een nieuwe markt te betreden. Om nieuwe samenwerkingen op te zetten. Om die voorzichtige contacten via e-mail eindelijk te concretiseren. Het is hard werken, maar je kan er zoveel uit halen. Wij staan alvast te popelen om eind januari naar Beieren af te zakken.

Veel leesplezier,

**Jeroen Coteur**  
redacteur Kids & Baby Universe

# I N H O U D

**4. LEGO® Friends viert tiende verjaardag met een reboot ▲■●**

**8. Spielwarenmesse 2023: Welkom terug in Nürnberg! ▲■● 12. Toy Business Forum: Breed**

**aanbod inspiratie en kennis ▲■● 14. Overzicht van de Belgische standhouders ▲■●**

**16. Een overzichtelijk schema van de beursvloer ▲■● 23. Asmodee lanceert nieuw**

**label 'Unbox now' ▲■● 24. nijtje viert in 2023 het jaar van het konijn ▲■● 28. Inside**

**news: het laatste nieuws uit de Kids-sector ▲■● 42. Gaming: Al meer dan 30 miljoen**

**PS5-consoles verkocht, einde leveringsproblemen in zicht**

# C O L O F O N

**JAARGANG 10, JANUARI 2023 NR. 38.** 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](http://www.kids-universe.be) VERANTWOORDELIJKE UITGEVER: Erik De Ridder - [edr@eventbox.be](mailto:edr@eventbox.be) HOOFDREDACTIE: Jeroen Coteur - [jc@eventbox.be](mailto:jc@eventbox.be) REDACTIE: Jeroen Coteur - Wim Vander Haegen 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](mailto:hilde@hdr.be) | COPYRIGHT: Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen, vermenigvuldigd of gekopieerd zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever.



**LEGO****Friends**

## LEGO® FRIENDS VIERT TIENDE VERJAARDAG MET EEN REBOOT

TIEN JAAR NA DE INTRODUCTIE VAN LEGO® FRIENDS PAKT DE LEGO GROEP IN 2023 UIT MET EEN VOLLEDIGE REBOOT VAN HET MERK. DE NIEUWE GENERATIE PERSONAGES WORDT GEKENMERKT DOOR HUN DIVERSITEIT EN GELAAGDHEID. RONALD RIJNBOUT, TRADE MARKETING MANAGER BIJ LEGO BENELUX, EN SR. BRANDMANAGER DIEDE TIMMERS VERTELLEN ONS WAT WE PRECIJS MOGEN VERWACHTEN.

LEGO Friends is een onderdeel van de LEGO reality play thema's. "Deze thema's richten zich op kinderen die het leuk vinden om met realistische verhalen te spelen", aldus Diede Timmers. "Als brandweerman, als dokter, als vader en moeder... Daarbij is het wel belangrijk dat deze thema's ook realistisch en herkenbaar blijven voor kinderen, want de wereld verandert natuurlijk voortdurend. Uit onze onderzoeken blijkt dat kinderen zich niet altijd herkennen in het speelgoed dat vandaag op de markt is. Dat was voor ons de aanleiding om ook eens te gaan kijken hoe divers en hoe representatief LEGO Friends is, en hoe goed het merk nog past bij de huidige generatie kinderen. Daar bleek toch nog een kloof te zijn, en die wilden we graag dichten."

### NIEUWE GENERATIE PERSONAGES

Het resultaat van deze denkoefening is een heuse reboot van het merk, die vanaf 2023 wordt uitgerold. "We lanceren een volledig nieuwe generatie van personages. Hierbij zorgen we voor een modernere, meer gelaagde representatie van hoe vriendschappen zich ontwikkelen. Het gaat dus verder dan alleen maar toffe momenten en avonturen, er komen ook obstakels bij kijken. Dat zien we ook terug in de personages. Deze zijn heel divers, niet enkel qua lichaamsbouw of huidskleur, maar ook omdat ze soms zichtbare of onzichtbare beperkingen hebben. Waar je vroeger het stereotiepe paardenmeisje of de coole skatergirl had, zijn de personages nu veel gelaagder. Ze

hebben meerdere passies, en ze hebben positieve, maar soms ook moeilijkere persoonlijke eigenschappen. Op die manier willen we kinderen spelenderwijs bepaalde sociale en emotionele skills bijbrengen."

### MODERNE BRANDING

Ook visueel zal LEGO Friends een stevige opfrisbeurt krijgen. "We houden wat werkt", zegt Diede Timmers. "Alles blijft zich afspelen in Heartlake City, en ook de oude personages hebben nog hun plaats. Maar alles krijgt wel een modernere look & feel, met een prominente rol voor de kleur appelblauwzeeegroen. Dit is niet langer het geijkte meisjespatroon, en zou dus een bredere groep moeten aanspreken. Er is een nieuw logo, de nieuwe branding zal overal te zien

# T O Y S T O R Y

zijn, en ook de dozen worden gemoderniseerd. De nieuwe speelsets komen vanaf januari op de markt. In februari is er een tv-special van 44 minuten, als kick-off van de nieuwe serie. De rest van het jaar zijn er wekelijks nieuwe episodes, die gelanceerd worden op het eigen YouTube-kanaal van LEGO Friends.”

## VAN AWARENESS TOT CONVERSION

Natuurlijk gaat de reboot van LEGO Friends ook gepaard met een uitgebreide marketingcampagne, zowel above-the-line, als below-the-line. “We hebben verschillende fases: van awareness, over engagement, tot conversion”, zo legt Ronald Rijnbout uit. “Binnen al die hoofdstukken hebben we zowel online als offline een heel breed

activatie- en communicatiepakket. Van een algemene boodschap in de awareness fase gaan we stilaan dieper in de beleving, en zo krijg je geleidelijk meer te zien van de personages. Zo kunnen kinderen zich ook meer vereenzelvigen met een bepaald personage. Ten slotte is er het luik conversion, waarbij men voor het schap of achter de computer getriggerd wordt om tot aankoop over te gaan. Op alle vlakken hebben we alle mogelijke tools ter beschikking om de verschillende touchpoints van consumenten en shoppers in te vullen.”

## DIVERSE MEDIAKANALEN

De above-the-line campagne rond LEGO Friends heeft een dubbele insteek. Diede Timmers: “Enerzijds willen we natuurlijk de kinderen enthousiast maken, maar

anderzijds vinden we het ook belangrijk om de ouders te laten zien dat deze reboot een meer verantwoorde, modernere versie van LEGO Friends toont. We zetten hiervoor in op gaming-advertising, online video, televisie, influencers, maar ook audio-advertising via Spotify. Shoppers zullen LEGO Friends ook aantreffen op Instagram, Pinterest en via de retailmediakanalen, waar we meer op conversie in zetten. Ook binnen ons eigen ecosysteem gaan we enorm veel doen: ik denk bijvoorbeeld aan het LEGO Life Magazine, de LEGO Life App, onze website en onze LEGO stores. Het is de bedoeling dat iedereen vrienden kan worden met de nieuwe LEGO Friends karakters, en dat iedereen een karakter kan vinden waarin hij of zij zichzelf herkent.”





# T O Y S T O R Y

## **STERKE AANWEZIGHEID OP DE WINKELVLOER**

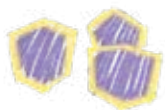
Daarnaast zet De LEGO Groep ook sterk in op het marketingverhaal op de winkelvloer. Ronald Rijnbout: "We hebben etalagepakketten, alarmgatecovers, portals voor zogenaamde second placements, displays die gevuld geleverd worden, wobblers, ... Met telkens de geijkte elementen: het logo, de kleur, en waar mogelijk ook de nieuwe LEGO Friends karakters met hun naam. We hebben ook heel wat 3D-materialen die mooi weergeven hoe de nieuwe poppetjes eruit zien. Met deze boxen krijg je een echte

3D-beleving in de winkel, wat toch belangrijk is voor deze reboot. Ten slotte hebben we in sommige winkels ook grote figuren staan, die natuurlijk ook dienst doen als een bijzondere photo opportunity. Ook op digitaal vlak kunnen we retailers heel wat assets aanbieden, met diverse bannerpakketten rond awareness en conversion."

## **PERSONAGE LEREN KENNEN**

Daarnaast is er in de winkels ook ruimte voor storytelling rond de nieuwe LEGO Friends personages. "We gaan leaflets verspreiden die echt het verhaal van de karakters

vertellen. Op die leaflet staat telkens ook een QR-code, die je naar de landingspagina van een personage brengt, waar je al zijn/haar passies en interesses kan ontdekken. Ook aan de schappen zelf zullen wobblers hangen met diezelfde QR-codes. Via een speciale AR-module kun je zelfs de slaapkamers van de personages verkennen met je smartphone. Verder zijn er fotofilters om te poseren met een karakter, en is er een quiz om te testen bij welk karakter jij het best past."



# T O Y S T O R Y



## ONLINE OMGEVING ROND LEGO FRIENDS

Een belangrijk element in deze hele campagne is dus het Kids Engagement Platform, een online omgeving rond de vernieuwde LEGO Friends wereld. "Het platform heeft dus per karakter een landingspagina", zegt Ronald Rijnbout. "Mensen die in de winkel staan en een bepaalde code scannen, komen hier terecht. Ze gaan dus van het

simpele instore-2D-materiaal, naar een meer spannende omgeving waar heel wat te ontdekken valt. Kinderen kunnen het platform vrij ontdekken, maar er zullen ook wedstrijden komen waarbij ze een bepaalde zoekopdracht moeten vervullen. We voorzien hiervoor enkele leuke prijzen."

## HERKENBAARHEID

De LEGO Groep is dus helemaal klaar voor een succesvolle uitrol van de LEGO Friends reboot. "Het leukste is dat alle veranderingen er gekomen zijn op vraag van de kinderen zelf. Zij hebben echt aangegeven dat zij hier op zitten te wachten. We zijn er dan ook van overtuigd dat ze zichzelf en hun omgeving weer beter zullen herkennen in het nieuwe LEGO Friends universum", zo besluit Diede Timmers.



# NÜRNBERG 2023

enmesse

© Spielwarenmesse eG - Lennart Preis

## WELKOM TERUG IN NÜRNBERG!

VOOR DE SPEELGOEDSECTOR IS DE SPIELWARENMESSE EEN VASTE AFSPRAAK OP DE KALENDER. VAN 1 TOT 5 FEBRUARI 2023 KOMT DE HELE INTERNATIONALE INDUSTRIE EINDELIJK WEER SAMEN IN HET EXPOSITIECENTRUM VAN NÜRNBERG. EXPOSANTEN UIT 66 LANDEN ZULLEN ER HUN NIEUWE IDEEËN EN PRODUCTINNOVATIES VOORSTELLEN AAN DE GESPECIALISEERDE HANDELAARS. WIJ ZETTEN U ALVAST OP WEG OM UW BEURSBEZOEK ZO GOED MOGELIJK VOOR TE BEREIDEN.

### SPECIALS

Op de beursvloer kunnen winkeliers heel wat trends en innovaties voor het nieuwe jaar ontdekken. De "Specials by Spielwarenmesse" zijn thema- en doelgroepspecifieke zones binnen het expogebouw. Deze helpen de bezoekers hun weg te vinden, informeren en bieden nieuwe inspiratiebronnen en ideeën. De themagebieden 'Trends and Innovations' zetten de toon voor productideeën en bieden ook de mogelijkheid om ze uit te proberen. Onder de noemer 'Knowledge and Expertise' staan er interessante presentaties over actuele retail- en licentievraagstukken op de agenda.

### EEN PARADIJS VOOR TRENDS EN NIEUWE IDEEËN

Innovatieve producten, coole nieuwe ideeën en toekomstige trends zijn altijd van groot belang voor retailers. Vakbezoekers zullen dan ook heel wat interessants kunnen ontdekken in hal 3A. De New Product Gallery biedt creatieve ideeën voor de selectie van het assortiment. In de StartupArea zullen jonge Duitse en internationale bedrijven met innovatieve productideeën aanwezig

zijn. Bovendien staan ook de genomineerde en winnende producten van de ToyAward – de befaamde innovatieprijs op de Spielwarenmesse – in deze hal uitgesteld. Een bijzonder hoogtepunt is het vernieuwde ToyTrends-gedeelte, waar dit jaar opnieuw drie actuele trends worden gepresenteerd. De eerste is 'Discover!'. Hier draait alles

om een ontdekkingsreis naar onbekende werelden. Nieuwe en opnieuw gelanceerde licenties en retro-speelgoed vormen de basis van 'Brands for Fans' en zullen bij jong en oud voor opwinding zorgen. Bij 'MetaToys' ligt de focus op speelgoed in nieuwe dimensies, met innovatieve benaderingen en technologieën.



© Spielwarenmesse eG - Christian Hartlmaier



# NÜRNBERG 2023

## **SPECIALE ZONES PER ONDERWERP**

In hal 2 wordt duurzaamheid scherp in beeld gebracht onder de titel 'Toys go Green'. Relevante producten en verdere informatie worden weergegeven op vier thema-eilanden. 'Made by Nature', 'Inspired by Nature' en 'Recycle & Create' focussen elk op specifieke materialen, terwijl bij 'Discover Sustainability' de thema's milieu en klimaat spelenderwijs worden toegelicht – met uiteraard een educatieve meerwaarde. De interactieve actieruimte 'Tech2Play' in hal 4A presenteert opnieuw innovaties op vlak van Robot Toys, RC Toys, Virtual Play en

Electronic Learning. In de Insights-X zone in hal 4 ontmoeten stationery en speelgoed elkaar. Hier vindt u vooral inspiratie voor het back-to-school-segment.

## **TOY AWARD ALS REFERENTIE**

Er zijn duizenden nieuwigheden en trends voor kinderspeelgoed. Maar welk nieuw speelgoed is een echte innovatie die kinderen plezier zal geven en nuttig is? De ToyAward geeft op betrouwbare wijze het antwoord. De internationaal erkende prijs van de Spielwarenmesse® wordt jaarlijks uitgereikt door een deskundige jury. Deelname is gratis en exclusief voor exposanten van

Spielwarenmesse. Tijdens de ToyAward Ceremony op 31 januari zal onthuld worden welke vernieuwende producten dit jaar met het felbegeerde ToyAward-logo mogen pronken.



© Spielwarenmesse eG - Alex Scheibert



© Spielwarenmesse eG - Alex Scheibert

**VAN DER MEULEN**  
TOYS | LEISURE | OUTDOOR



**Come and visit us at:**



**spielwarenmesse®**

Nuremberg 1-5 Feb 2023

**Hall: 7 / Booth: B08**

**LITTLE DUTCH**

*enjoy the little things*



**OUTDOOR  
PLAY**



**CLOWN  
GAMES**

**LET'S PLAY!**

**AND MANY MORE...**



# NÜRNBERG 2023



© Spielwarenmesse eG - Alex Schelbert

## DELEN VAN KENNIS

Naast innovaties en nieuwe ideeën staat ook het delen van kennis centraal op de Spielwarenmesse. In het Toy Business Forum, de populaire presentatieruimte in hal 3A, geven zorgvuldig geselecteerde experts uitleg over sector- en retailspecifieke onderwerpen zoals trends in retail en speelgoed, digitalisering, duurzaamheid en diversiteit. Een uitgebreide voorstelling van het Toy Business Forum vindt u op de volgende pagina's.

## FEESTELIJK NETWERKEN TIJDENS DE REDNIGHT

Op de avond van de tweede dag is er de allereerste editie van de RedNight. Vanaf 18u nodigen meer dan 100 exposanten in bijna alle beurshallen de bezoekers uit voor feestjes op hun stands. Netwerken in een sfeervolle omgeving staat centraal bij dit evenement. Met de aanwezigheid van muziek en culinaire hoogstandjes is dit de ideale gelegenheid om nieuwe contacten te leggen, weer in gesprek te gaan met oude zakenpartners, en samen de avond door te brengen. De toegang tot de RedNight is inbegrepen in het Spielwarenmesse-ticket, zowel voor vakbezoekers als voor mediavertegenwoordigers. Er is geen aparte inschrijving voor het evenement vereist. Meer informatie over RedNight vindt u op de website [www.spielwarenmesse.de/en/rednight-2023](http://www.spielwarenmesse.de/en/rednight-2023).

## 13 PRODUCTCATEGORIEËN

U bepaalt welke producten passen bij uw strategie en assortiment. Op de Spielwarenmesse vindt u een unieke selectie van fabrikanten in 13 productgroepen: Lifestyleproducten, Poppen & Plush, Baby & Kleuter, Houten Speelgoed, School & Stationery, Technisch/Educatief/Actiespeelgoed, Elektronisch Speelgoed, Modelbouw, Sport- en buitenspeelgoed, Feestartikelen & Vuurwerk, Spellen & Boeken, Ondersteunende Diensten en de Multi-Product Groep.

## EEN GOEDE VOORBEREIDING

Om bezoekers te helpen hun beursbezoek vooraf goed te plannen, stelt de Spielwarenmesse verschillende diensten ter beschikking. Alle deelnemende bedrijven, nieuwe exposanten, merken en licenties zijn snel en eenvoudig te vinden op de nieuwe Spielwarenmesse-app en in de exposantencatalogus op [www.spielwarenmesse.de/en/exhibitors-2023](http://www.spielwarenmesse.de/en/exhibitors-2023). Relevante exposanten kunnen worden opgeslagen in een persoonlijke favorietenlijst. Daarnaast geeft de interactieve plattegrond een overzicht van de verschillende hallen. Nieuw in de app is de Guide-functie. Dit maakt het voor bezoekers gemakkelijk om hun weg te vinden op de beurs en elkaar te ontmoeten. Sinds 10 januari is ook het netwerkplatform Spielwarenmesse Digital beschikbaar, dat de mogelijkheid biedt om bijvoorbeeld vooraf afspraken te maken met exposanten.



# NÜRNBERG 2023 trendG

© Spielwarenmesse eG - Lennart Preis

## BREED AANBOD INSPIRATIE EN KENNIS

DE VERTROUWDE PRESENTATIERUIMTE IN HAL 3A BIEDT BEZOEKERS VAN DE SPIELWARENMESSE EEN ENORME MEERWAARDE: IN HET TOY BUSINESS FORUM KAN HET PUBLIEK ZICH VERHEUGEN OP 18 INTERNATIONALE SPREKERS MET 21 BOEIENDE PRESENTATIES OVER TRENDS OMTRENT SPEELGOED EN DETAILHANDEL, DIGITALISERING EN DE METAVERSE, EN NIET TE VERGETEN OOK DUURZAAMHEID EN DIVERSITEIT.

De presentaties vinden elke dag plaats tussen 13u en 15u uur. Elke dag wordt afgesloten met de presentaties rond de Spielwarenmesse ToyTrends. Daarnaast introduceren vertegenwoordigers uit de licentiesector elke ochtend van woensdag tot en met zaterdag de nieuwste onderwerpen uit de praktijk tijdens de LicenseTalks. Nieuw dit jaar is het presentatieformat Live on Stage.

### TRENDS BINNEN DE SPEELGOEDINDUSTRIE

De speelgoedindustrie wordt beïnvloed door vele trends. De nieuwste ontwikkelingen op het vlak van licenties, waardevolle voorbeelden van best practices en tips voor nieuwkomers zullen elke ochtend van woensdag tot en met zaterdag voor het publiek beschikbaar zijn tijdens de LicenseTalks van Licensing International, Licensing Magazine en BRANDmate-oprichter Eva Stemmer. Over bredere trends in de markt is er op woensdag de presentatie 'Emerging trends and future innovations in toys, games and play technology' van de internationaal vermaarde speelgoed- en trendexpert Reyne Rice. Op donderdag

zal Steve Reece, gerenommeerd adviseur binnen de speelgoedsector, spreken over 'The Future of Toys'. Aan het einde van elke dag - van woensdag tot en met zaterdag - presenteren Reyne Rice en metaverse-expert Dominik Griese-Kentschke om beurt de ToyTrends 2023. Daarna is het tijd voor de exposanten om het podium van het Toy Business Forum te betreden, tijdens het Live on Stage programma. In slots van 20 minuten presenteren bedrijven daar hun business, hun productportfolio's en hun nieuwste lanceringen.

### DIGITALISERING EN DE METAVERSE

De trendthema's digitalisering en de aanstormende metaverse zijn verdere focuspunten, die heel wat nieuwe kansen bieden voor de retail. Op vrijdag zal Julia Frings, projectmanager bij het Institute for Retail Studies IFH KÖLN, spreken over de smartphone als shopping tool. Achim Himmelreich van Capgemini Deutschland is een jarenlange expert op het gebied van digitale transformatie. In zijn presentatie zal hij bespreken hoe de detailhandel zich

kan voorbereiden op de metaverse. Niklas Wittkowski van TikTok onthult dan weer wat er precies achter het concept 'Millennial Marketing' schuilgaat en hoe men kan communiceren met Gen-Z met behulp van TikTok.

### DUURZAAMHEID EN DIVERSITEIT

Andere interessante onderwerpen voor de toekomst komen aan bod tijdens de discussies over duurzaamheid in de detailhandel en in speelgoed, en over diversiteit. Zo is er op woensdag een presentatie rond duurzame winkelinrichting, door Frank Bittel van ppm planning + projectmanagement pro. Op zaterdag wacht het publiek een voorbeeld van best practices, wanneer Sharon Keilthy uit Ierland haar ervaringen deelt als oprichter van 's werelds eerste speelgoedwinkel met een volledig ecologische oriëntatie. Thema's diversiteit en gender in het speelgoedassortiment worden onderzocht door Olaolu Fajembola en Tebogo Nimindé-Dundadengar van Tebalou (donderdag), en door Sascha Verlan van Wort & Klang Küche (zondag).



# NÜRNBERG 2023

## PROGRAMMA VAN HET TOY BUSINESS FORUM

### Woensdag 1 februari

13u00 – 13u45: "Emerging trends and future innovations in toys, games and play technology" (Reyne Rice, ToyTrends, San Diego/VS)

13u50 – 14u20: "Being sustainable – shopping goes green" (Claudia Rivinius, STI Group | STI – Gustav Stabernack GmbH, Lauterbach)

14u25 – 15u10: "Mirror, mirror, on the wall – what trends will be relevant tomorrow?" (Dr Maximilian Lude, philoneos GmbH, München)

15u15 – 15u45: "ToyTrend 2023: MetaToys – log in to the Metaverse" (Dominik Griese-Kentschke, Griese Advertising, Keulen)

### Donderdag 2 februari

13u00 – 13u45: "The future of toys" (Steve Reece, Kids Brand Insight / Toy Team Asia, Buerton/VK)

13u50 – 14u20: "Metaverse, NFTs and the like – departures into the new unknown" (Julia Frings, IFH Köln, Keulen)

14u25 – 15u10: "Diversity in the nursery as a strategy for success" (Olaolu Fajembola en Tebogo Nimindé-Dundadengar, Tebalou, Berlijn)

15u15 – 15u45: "Explore the Spielwarenmesse ToyTrends 2023" (Reyne Rice, ToyTrends, San Diego/VS)

### Vrijdag 3 februari

13u00 – 13u45: "Sustainability: Retailers between claim, attitude, action and liability" (Sebastian Olényi, sustentio GmbH, Berlijn)

13u50 – 14u20: "The Smart wallet – the smartphone as the shopping tool of the future" (Julia Frings, IFH KÖLN, Keulen)

14u25 – 15u10: "Live is the new thing!" (Patrick Klingberg, Digital Architect, Hamburg)

15u15 – 15u45: "ToyTrend 2023: MetaToys – log in to the Metaverse" (Dominik Griese-Kentschke, Griese Advertising, Keulen)

### Zaterdag 4 februari

13u00 – 13u30: "Play with sound: TikTok as the gateway to Gen Z and Millennial Marketing" (Niklas Wittkowski, TikTok GBS DACH1, Berlijn)

13u35 – 14u05: "Best Practice: Eco as the new normal – the sustainable future of toys" (Sharon Keilthy, Jiminy Eco Toys, Dublin/Ierland)

14u10 – 14u40: "The Metaverse and the like – the cards on the internet are being reshuffled – how retailers can prepare for it!" (Achim Himmelreich, Capgemini Deutschland GmbH, Berlijn)

14u45 – 15u15: "Sustainable shopfitting: #avoid #replace #compensate" (Frank Bittel, ppm gmbh, Dormagen)

15u20 – 15u50: "Explore the Spielwarenmesse ToyTrends 2023" (Reyne Rice, ToyTrends, San Diego/VS)

### Zondag 5 februari

13u00 – 13u30: "Local personal branding – how your name becomes a brand" (Simone Brett-Murati, "Eskimos mit Kühlschränken", Hamburg)

13u35 – 14u05: "Best Practice: Community building for retailers – building a fan base" (Christian Krömer, Spielwaren Krömer GmbH & Co. KG, Schrobenhausen)

14u10 – 14u40: "Data are the new gold: How you can optimise processes with in-store analytics" (Alexander Wessling, Mittelstand-Digital Zentrum Handel, Keulen)

14u45 – 15u15: "Gender-sensitive play worlds – of doll mothers and junior engineers" (Sascha Verlan, Wort & Klang Küche, Bonn)

Het gedetailleerde programma en een uitgebreide bio van alle sprekers vindt u via [www.spielwarenmesse.de/en/toybusinessforum](http://www.spielwarenmesse.de/en/toybusinessforum).



# NÜRNBERG 2023



## DE BELGISCHE DELEGATIE IN NÜRNBERG

MEER DAN 1.000 BELGISCHE SPEELGOEDPROFESSIONALS STAAN TE POPELEN OM NA DRIE LANGE JAREN TERUG DE BEURS VAN NÜRNBERG TE KUNNEN BEZOEKEN. MAAR ER ZIJN NATUURLIJK OOK TIENTALLEN BELGISCHE BEDRIJVEN DIE BEGIN FEBRUARI HUN EIGEN PRODUCTEN ZULLEN VOORSTELLEN AAN EEN INTERNATIONAAL PUBLIEK. BIJ HET TER PERSE GAAN VAN DIT MAGAZINE, STONDEN ER 34 BELGISCHE ONDERNEMINGEN OP DE EXPOSANTENLIJST. OM HET U GEMAKKELIJK TE MAKEN, GEVEN WIJ U GRAAG DIT OVERZICHT MEE VAN DE BELGISCHE STANDHOUDERS OP DE SPIELWARENMESSE IN NÜRNBERG.

### Airow kites

Brugge

#### Hall H6, Stand A-39

Outdoor artikelen  
[www.imexfunproducts.be](http://www.imexfunproducts.be)  
[info@imexfunproducts.be](mailto:info@imexfunproducts.be)

### DICE Outdoor

Dendermonde

#### Hall H7, Stand A-08

Babyzitjes, accessoires  
[www.dice-outdoor.com](http://www.dice-outdoor.com)  
[info@dice-outdoor.com](mailto:info@dice-outdoor.com)

### Cartamundi

Turnhout

#### Hall H10.1, Stand C-11

Oa. spellen, kaartspellen, licentieartikelen  
[www.cartamundi.com](http://www.cartamundi.com)

### Egmont Toys

Saintes

#### Hall H2, Stand C-12

Oa. houten speelgoed, educatief speelgoed, pluche, lampjes  
[www.egmonttoys.com](http://www.egmonttoys.com)  
[mail@egmonttoys.com](mailto:mail@egmonttoys.com)

### Eureka BVBA

Mechelen

#### Hall H10.0, Stand D-30,E-29

Oa. 3D puzzels, denkspellen, educatieve spellen  
[www.eureka-puzzle.eu](http://www.eureka-puzzle.eu)  
[jo@eureka-puzzle.eu](mailto:jo@eureka-puzzle.eu)

### European Balloon & Party Council

Brussel

#### Hall H9, Stand A-44

Sensibilisering rond gebruik party-artikelen  
[www.ebpcouncil.eu](http://www.ebpcouncil.eu)

### Felix Europe BV

Zaventem

#### Hall H1, Stand C-14

Plush toys  
[www.felixeurope.be](http://www.felixeurope.be)

### FlexiQ Games

Brecht

#### Hall H10.1, Stand F-19

Strategische spellen, breinbrekers  
[www.flexiqgames.com](http://www.flexiqgames.com)  
[info@flexiqgames.com](mailto:info@flexiqgames.com)

### ESPA - Funny Fashion

Houthalen-Helchteren

#### Hall H9, Stand A-75

Oa. feest-, carnival-, halloweenartikelen  
[www.espa.be](http://www.espa.be)  
[info@espa.be](mailto:info@espa.be)

### HOK sprl (ACHOKA)

Genappe

#### Hall H4, Stand A-59

Speelmatten  
[www.achoka.com](http://www.achoka.com)  
[commercial@hok.world](mailto:commercial@hok.world)

### Hop Up

Turnhout

#### Hall H3A, Stand B-15

Moduleerbare speelelementen  
[www.hopup.be](http://www.hopup.be)  
[info@hopup.be](mailto:info@hopup.be)

### Intrafin Toys and Games

Zaventem

#### Hall H10.1, Stand F-10

Oa. figurines, spellen, trading cards  
[www.intrafin.eu](http://www.intrafin.eu)  
[info@intrafin.be](mailto:info@intrafin.be)



# NÜRNBERG 2023

## Jacob Company / Tex-Ass

Kortrijk

### Hall H12.0, Stand G-04

Oa. boekentassen, rugzakken,  
licentieartikelen  
www.jacob-company.com  
hello@jdg.be

## Nattou

Zele

### Hall H2, Stand F-11

Knuffels en eerste leeftijd  
www.nattou.eu  
info@nattou.eu

## Lilliputiens

Saintes

### Hall H3, Stand C-15

Oa. pluche, babyspeelgoed  
www.lilliputiens.be  
info@lilliputiens.be

## MEGABLEU (MGBI)

Brussel

### Hall H10.1, Stand D-13

Bordspellen, actiespellen  
www.megableu.com  
info@megableu.eu

## MEGAFORM AG

Eupen

### Hall H4, Stand E-55

Oa. educatief speelgoed, sportmateriaal  
www.megaform.com  
info@megaform.com

## MEKKEurope BV

Moen

### Hall H2, Stand D-11, E-10

Producten voor baby's  
www.mekkgroup.com  
koen@mercatortrading.be

## Moesplay

Meerdonk

### Hall H3, Stand C-44

Design speelgoed dat de motoriek  
stimuleert  
www.moesplay.com

## NESPART

Waterloo

### Hall H4, Stand B-51

Electronica voor kids  
www.nespart.com  
info@nespart.com

## The Noble Collection

Brussel

### Hall H5, Stand A-72

Licentieartikelen  
www.noblecollection.com

## Paradiso Toys N.V.

Sint-Martens Latem

### Hall H7, Stand B-16

Buitenspeelgoed  
www.paradisotoys.com  
paradiso@paradisotoys.com

## Pieters poedercoating bv

Meulebeke

### Hall H7, Stand A-42

Strandspeelgoed  
www.idealtoys.be  
info@idealtoys.be

## Camicol BV

Koksijde

### Hall H3, Stand D-38

Opbergzakken, speelmaten  
www.playandgo.com  
info@playandgo.com

## Quut Toys

Gent

Hall H2, Stand D-12

Strandspeelgoed  
www.quuttoys.com  
info@quuttoys.com

## Red Robin Design BV

Aalter

### Hall H12.0, Stand A-13

Licentieproducten  
www.redrobindesign.be  
anouk.pauwels@l-simplify.be

## REX LONDON BV

Aalst

### Hall EING\_M, Stand C-01

Geschenkartikelen  
www.rexlondon.com  
info@rexlondon.com

## Scratch Europe/DAM

Mortsel

### Hall H5, Stand D-01

Oa. houten speelgoed, houten voertuigen  
www.scratch-europe.com  
martijn@dam.be

## Sit Down!

Longchamps

### Hall 10.1, F-29

Bordspellen  
www.sitdown-games.com  
info@sitdown-games.com

## SMART Toys and Games

Kontich

### Hall H3A, Stand H-05, H-06

Denkspellen, constructiespeelgoed  
www.smart.be  
info@smart.be

## SODIBEL GROUP

Drogenbos

### Hall 12.0 Stand F-05

Diverse artikelen  
www.sodibelgroup.com  
info@sodibel.be

## The Chillafish Company NV

Antwerpen

### Hall H7, Stand A-24

Oa. rijwielen voor kinderen,  
opbergssystemen  
www.chillafish.com  
salessupport@chillafish.com

## Trixie

De Pinte

### Hall H2, Stand E-09

Babyartikelen  
www.trixie-baby.com  
info@trixie-baby.com

## Wild and Soft

Roeselare

Hall H1, Stand C-26

Pluche decoratie  
www.wildandsoft.com  
info@wildandsoft.com

Onder voorbehoud van last-minute wijzigingen. De meest actuele informatie vindt u op [www.spielwarenmesse.de](http://www.spielwarenmesse.de).

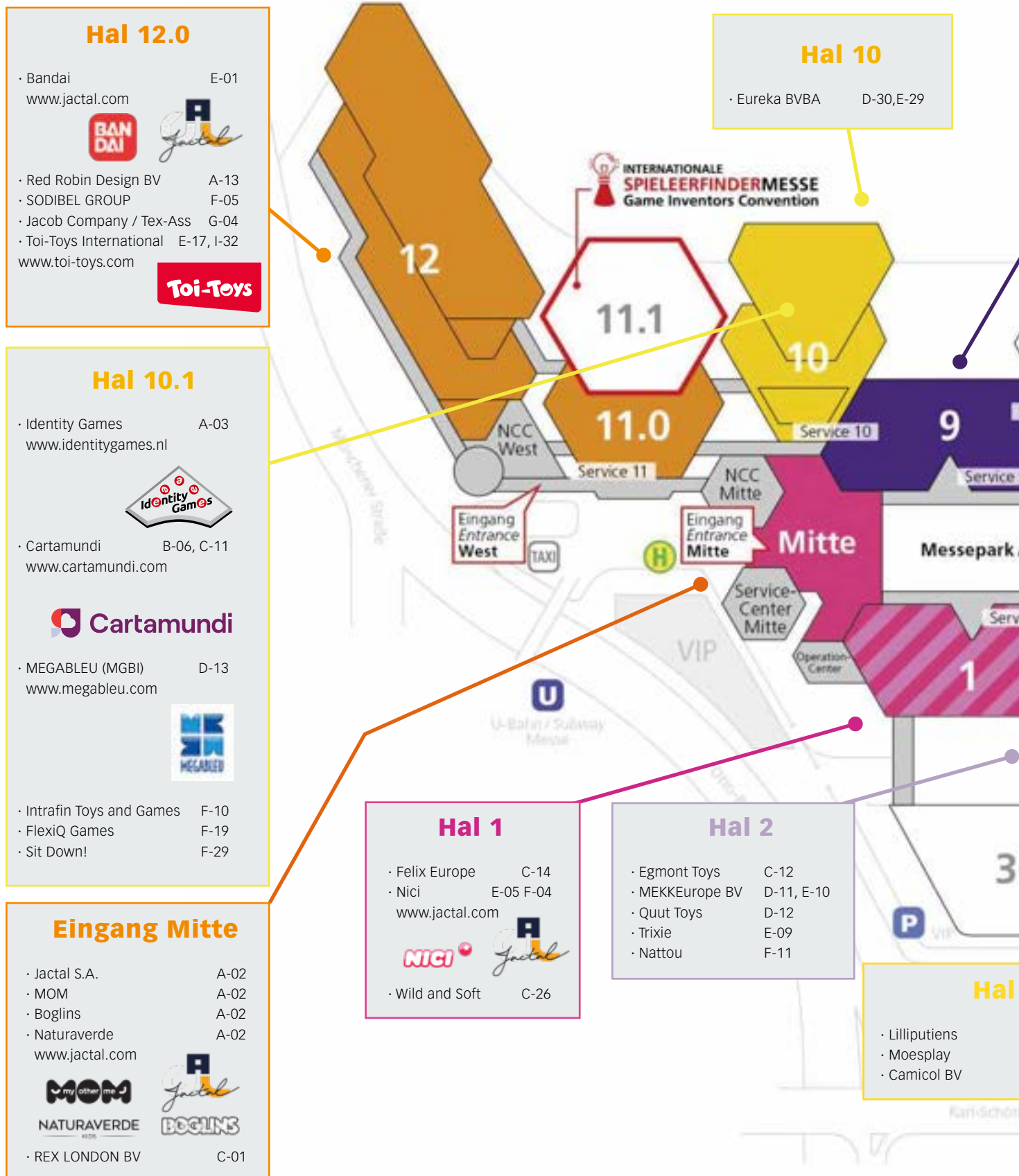


© Spielwarenmesse eG - Sebastian Widmann

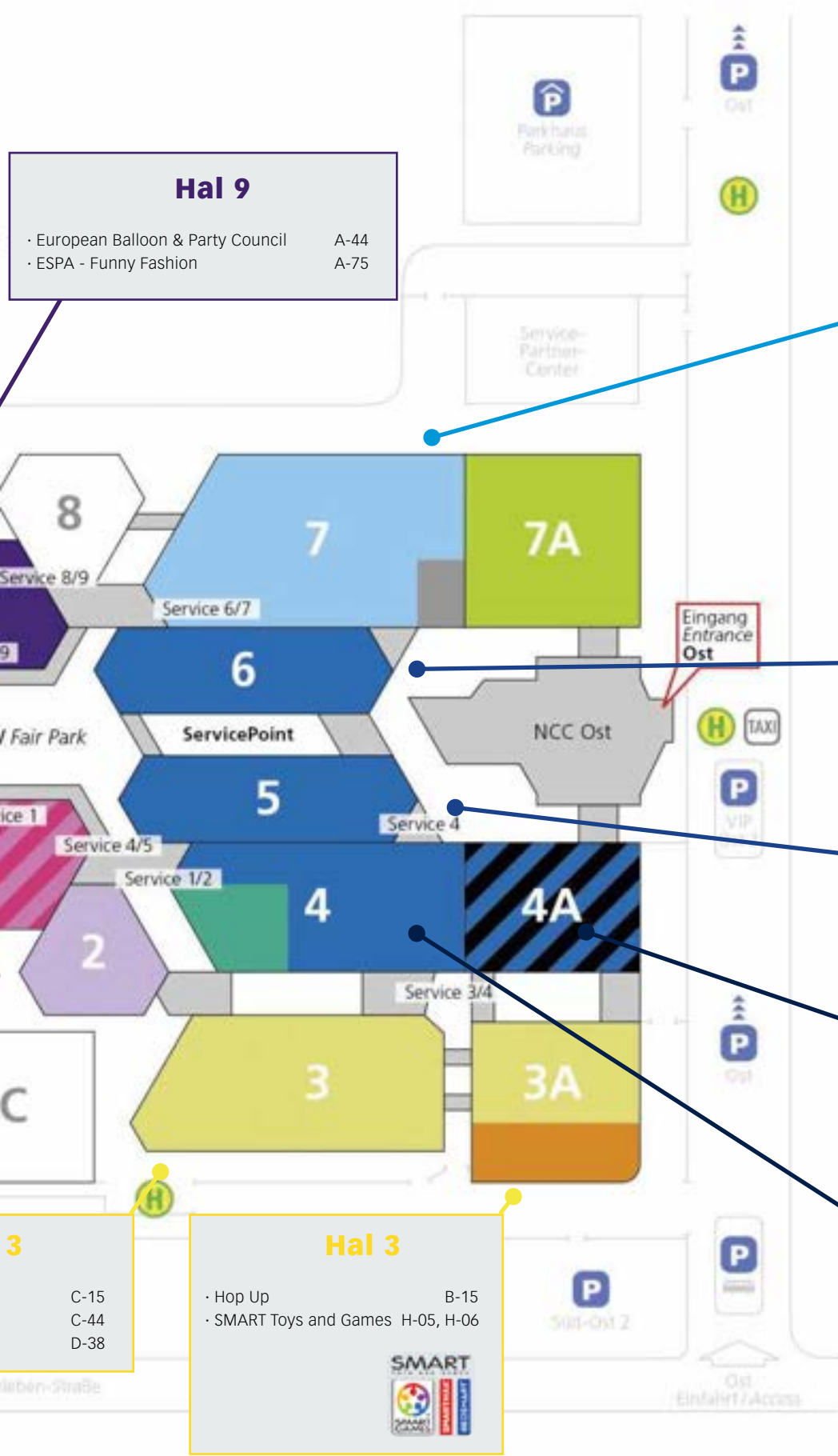
# NÜRNBERG 2023

## DE SPIELWARENMESSE-ROUTE

Onder voorbehoud van last-minute wijzigingen. De meest actuele informatie vindt u op [www.spielwarenmesse.de](http://www.spielwarenmesse.de).







### Hal 9

- European Balloon & Party Council A-44
- ESPA - Funny Fashion A-75

### Hal 7

- DICE Outdoor A-08
- The Chillafish Company NV A-24
- Pieters poedercoating bv A-42
- Van der Meulen B-08
- [www.vandermeulen.com](http://www.vandermeulen.com)



- Paradiso Toys N.V. B-16

### Hal 6

- Airow kites A-39
- Craze C-11
- [www.jactal.com](http://www.jactal.com)



### Hal 5

- The Noble Collection A-72
- Scratch Europe/DAM D-01

### Hal 4A

- Jazwares C-22 D-21
- [www.jactal.com](http://www.jactal.com)



### Hal 4

- HOK sprl (ACHOKA) A-59
- NESPART B-51
- MEGAFORM AG E-55

### Hal 3

- Hop Up B-15
- SMART Toys and Games H-05, H-06





**GOLIATH** zit vanaf **2023** in ons assortiment!

**Beschikbaar in heel Belux**



Meer informatie op onze website : [www.puppy.eu](http://www.puppy.eu)   
of neem contact met ons op via e-mail : [info@puppy.eu](mailto:info@puppy.eu)





*Live different, Play Different*

*Voor Cartamundi is spelen niet alleen een activiteit. Het is de mindset die ons er elke dag aan herinnert om plezier te maken, eerlijk te zijn en met andere mensen te verbinden – voorbij culturen en generaties – en samen onze ervaringen te delen.*

*Contacteer ons voor een afspraak.*

---

[www.cartamundi.com](http://www.cartamundi.com) - [info@cartamundi.com](mailto:info@cartamundi.com) - +32 (0)14 42 02 01



*Namens Identity Games International BV, de spellenmakers van o.a. Escape Room The Game en Bumba Verstopperij Spelen, heet Marc Dorsman - Sales Manager Retail Benelux, u van harte welkom op onze stand op de Nürnberg Spielwarenmesse Toyfair.*

---

[www.identitygames.nl](http://www.identitygames.nl) / Marc Dorsman - [marc@identitygames.nl](mailto:marc@identitygames.nl)

*Smart Toys and Games is een internationaal bedrijf dat zich toelegt op het creëren van innovatieve, hoogwaardige producten voor kwaliteitsvol familievermaak. Tot onze bekroonde merken behoren SmartGames (hersenspuzzelspellen met meerdere niveaus), SmartMax (magnetisch ontdekkingsspeelgoed voor jonge kinderen), GeoSmart (geomagnetische constructie met een gepatenteerd veiligheidssysteem), Smartivity (DIY-STEM activiteitensets), Mimiq en Yatzy (entertainende familiespellen).*

*We ontwikkelen ook online games en apps via SmartGamesLive, waarvan vele gebaseerd zijn op originele SmartGames-titels. Smart Toys and Games is gevestigd in België, met kantoren en filialen over de hele wereld.*

---

Neerveld 14 - 2550 Kontich - +32 15 45 10 50 - [info@smart.be](mailto:info@smart.be) - <https://www.smart.be>



JACTAL distribueert speelgoed aan Luxemburgse, Belgische en Franse retailers sinds 1967. Distributeur van Bandai en Nici, maar sinds enkele jaren ook van Craze, MyOtherMe, Boglins (speelgoed van het jaar 2022 in België), Hasbro, Jazwares ...

<https://jactal.wixsite.com/website-2>



**BANDAI**, een belangrijke Japanse groep in de wereld van entertainmentproducten en -diensten, is 's werelds nummer 3 in speelgoed en nummer 1 in Japan. Gedistribueerd door Jactal.

<https://jactal.wixsite.com/website-2>



**CRAZE**, of het nu gaat om friemelspeelgoed, creatief speelgoed, impulspeelgoed of verzamelobjecten, bij Craze is er iets voor elk kinderhart. Gedistribueerd door Jactal.

<https://jactal.wixsite.com/website-2>



**Mom**, specialist in babykostuums. Licentiehouders van Dragon Ball, One Piece, Miraculous en anderen. Meer dan 3000 kostuumproducten en accessoires. Gedistribueerd door Jactal.

<https://jactal.wixsite.com/website-2>





Hall  
H1  
Stand  
E05, F04

**Nici**, welkom in de kleurrijke wereld van Nici. Knuffels en geschenken zorgen al meer dan 30 jaar voor een stralende blik en een glimlach op hun gezicht bij kinderen en volwassenen. Gedistribueerd door Jactal.

<https://jactal.wixsite.com/website-2>

# BOGLINS

Hall  
"Mitte"  
Stand  
A02

**Boglins**, mythisch speelgoed uit de jaren 80, terug voor het plezier van jong en oud. Hij werd verkozen tot Speelgoed van het Jaar 2022 in België. Breng deze pop tot leven met verschillende gezichtsuitdrukkingen. Jactal officiële distributeur in Europa.

<https://jactal.wixsite.com/website-2>

# Jazwares

Hall  
4A  
Stand  
C22, D21

**Jazwares** is een speelgoedbedrijf met als doel inhoud tot leven te brengen door het creëren van innovatieve speelse ervaringen. Jazwares wordt vertegenwoordigd door Jactal in Luxemburg.

<https://jactal.wixsite.com/website-2>

# NATURAVERDE

KIDS

Hall  
"Mitte"  
Stand  
A02

**Naturaverde**, wereldleider in producten voor persoonlijke hygiëne voor kinderen, exclusieve licenties van Frozen, Spiderman, Avengers, Batman, Mickey, Minnie... Gedistribueerd door Jactal.

<https://jactal.wixsite.com/website-2>



Hall 10.1  
Stand  
D-13

Megableu werd in 1994 opgericht als onafhankelijk uitgever van kinderspellen en familiespellen. Sinds enkele jaren lanceert Megableu ook partyspellen voor volwassenen. Deze spellen voor volwassenen werden in 2021 gegroepeerd onder het aparte label DGTL Detox. In de Benelux vielen al tal van Megableu-spellen in de prijzen, zoals What Do You Meme (NL 2019), Bank Attack (BE 2019 + NL 2020), Louis Liaan (NL 2020), Oma's Woeste Waslijn (NL 2021), Het Verhaal van Koning Schaak (NL 2022) en Kuddegedrag (NL 2022).

Ieder jaar brengt Megableu nieuwe, innovatieve spellen die zowel kinderen als volwassenen aantrekken. Het is onze droom dat de consument vele uren plezier beleeft met de spellen van Megableu.

[www.megableu.com](http://www.megableu.com)



Hall 7  
Stand  
B08

*Ben je op zoek naar een speelgoedgroothandel voor het leukste speelgoed?  
Dan ben je bij Van der Meulen aan het juiste adres.  
Ben je benieuwd naar ons aanbod?  
Dan zien we je graag op onze stand.*

0031 515 435 635 - [www.vandermeulen.com](http://www.vandermeulen.com) - [info@vandermeulen.com](mailto:info@vandermeulen.com)



**spielwarenmesse**<sup>®</sup>

Nürnberg 1. – 5. Feb 2023

**Toi-Toys**

Hall 12  
Stand **I-32 & E-17**

Toi-Toys International is al ruim 30 jaar één van Europa's grootste leveranciers van veilig en betaalbaar speelgoed. Met een breed en trendgericht assortiment, is Toi-Toys de specialist voor retailers, e-tailers en groothandels in marktsegmenten als speelgoed-speciaalzaken, huishoudzaken, supermarkten, drogisterijen en warenhuizen.



# ASMODEE LANCEERT NIEUW LABEL 'UNBOX NOW'



ASMODEE IS KLAAR VOOR 2023. DE STERKE PRODUCTLIJN VAN DE SPELLENVERDELER WORDT VANAF NU ONDERSTEUND DOOR DE INTRODUCTIE VAN EEN NIEUW, OVERKOEPELEND LABEL 'UNBOX NOW', DAT OUDERS EN KINDEREN ZAL BEGELEIDEN NAAR HET MEEST GESCHIKTE SPEL.

'Unbox Now by Asmodee' is een label dat wordt toegekend aan een selectie spellen uit de Asmodee-catalogus. "Bij Asmodee hebben we natuurlijk spellen van verschillende uitgevers, met allemaal een eigen logo", zo vertelt Bert De Smet, directeur van Asmodee België. "Er was dus geen gemeenschappelijk merk om mee naar buiten te komen. Dat willen we nu gaan doen met 'Unbox Now'. Deze naam is een verwijzing naar de unieke ervaring van het openen van een nieuwe speldoos en het opsnuiven van die bijzondere geur."

## LANCERING MET 10 KLASSIEKERS

Het 'Unbox Now' assortiment gaat van start met 10 gezelschapsspellen: Ticket to Ride Europe, Ticket to Ride US, Splendor, Concept, Dixit, Unlock!, 7 Wonders, 7 Wonders Duel, Pandemic en Azul. "We hebben in eerste

instantie gekozen voor tien evergreens uit ons assortiment", aldus Bert De Smet. "In een volgende fase willen we dit natuurlijk verder gaan uitbreiden, bijvoorbeeld met enkele van onze partyspellen. Het label moet spelers ook helpen om andere spellen te ontdekken. Want we hebben onze selectie zo gemaakt dat wie één van de 'Unbox Now' spellen leuk vindt, ook heel graag zal spelen met de andere spellen uit het aanbod."

## EEN SPEL ALS CADEAU

De lancering van 'Unbox Now' speelt ook in op de bevindingen van een onderzoek dat Asmodee liet uitvoeren bij 1000 Belgen. Daaruit blijkt dat maar liefst 53% van de Belgen overweegt om een spel als cadeau te geven. Ongeveer 80% van de respondenten geeft aan dat er thuis nog regelmatig een gezelschapsspel gespeeld wordt.

## CORONA-EFFECT

Er werd ook onderzocht welk type spellen de spelers verkiezen. Bordspellen (54%) liggen bij de Belg nog steeds in de bovenste schuif. Familiespellen (41%), Denkspellen/Strategische spellen (37%), Kaartspellen (30%) en Creatieve spellen (26%) vervolledigen de top 5. Opvallend is dat maar liefst 23% aangeeft dat een spel gerust langer dan 90 minuten mag duren! Ook het corona-effect blijkt volgens de studie nog lang niet uitgewerkt. Zo'n 30% van de Belgen geeft aan nog steeds meer spellen te spelen dan voor de pandemie.

[www.unboxnow.be](http://www.unboxnow.be)





**miffy**  
Year of the Rabbit 2023

## NIJNTJE VIERT IN 2023 HET JAAR VAN HET KONIJN

**2023 BELOOFT OPNIEUW EEN DRUK JAAR TE WORDEN VOOR NIJNTJE EN HET TEAM VAN MERCIS, DE RECHTENHOUDER VAN HET WERK VAN NEDERLANDSE TEKENAAR EN SCHRIJVER DICK BRUNA. VOLGENS DE CHINESE MAANKALENDER ZIJN WE IMMERS TOE AAN HET JAAR VAN HET KONIJN, EEN GELEGENHEID DIE OVERAL TER WERELD AANDACHT ZAL KRIJGEN. MET KIM VAN ZON EN MARJA KERKHOF VAN MERCIS BLIKKEN WE TERUG OP DE GESCHIEDENIS VAN 'S WERELDS SCHATTIGSTE KONIJN, EN ONTDEKKEN WE WAT ER IN DIT BIJZONDERE JAAR ALLEMAAL TE GEBEUREN STAAT.**

Hoewel nijntje er eeuwig jong uitziet, begint haar verhaal al in het midden van de jaren '50. "Dick Bruna was in die periode aan de slag als grafisch vormgever voor de uitgeverij van zijn vader. Hij maakte daar boekomslagen voor de Zwarte Beertjes pocketreeks", zo vertelt Marja Kerkhof. "Met de komst van zijn eerste kind, een zoon, begon hij zoals zoveel ouders verhaaltjes te vertellen. En omdat hij natuurlijk al wat ervaring had met tekenen, heeft hij een poging gedaan om een kinderboek te maken, met een klein konijntje in de hoofdrol. De boeken waren niet meteen een overweldigend succes. Ze gingen aanvankelijk slechts in kleine aantallen de deur uit. Maar het was een kwestie van tijd. Het was zeer hoopgevend dat kinderen het boek meteen heel leuk vonden. En uiteindelijk heeft dit geholpen om ook de ouders te overtuigen. Na ongeveer een jaar of vijf begon Dick Bruna dan ook succes te oogsten met nijntje."

### SUCCES VAN DE EENVOUD

Het werk van Dick Bruna had verschillende troeven die het succes in de handen werkten. "In die tijd was het heel ongebruikelijk om boeken te hebben in een maatvoering die paste bij een kinderhand. Eigenlijk

hield men daar geen rekening mee. Ook de primaire kleuren – die we nu heel gewoon vinden – waren toen bijzonder. De kinderboeken van destijds waren veel ingewikkelder, met veel tekst en drukke illustraties. Voor oudere kinderen was dat natuurlijk leuk, maar dit soort boeken sluiten minder goed aan bij de belevingswereld van jonge kinderen. Het feit dat de teksten op rijm zijn geschreven is ook heel belangrijk voor deze doelgroep, want zo onthouden ze alles veel beter. Je hoort weleens dat kinderen die nog niet kunnen lezen, toch al het hele verhaal kunnen vertellen."

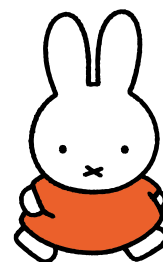
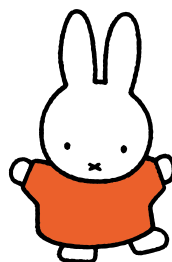
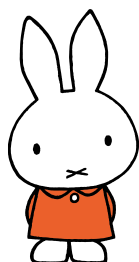
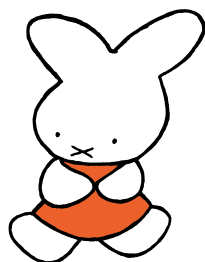
### INTERNATIONALE DOORBRAAK

Het succes bleef niet lang beperkt tot binnen de eigen landsgrenzen. "Het eerste internationale succes werd geboekt in Japan, in de jaren '60", geeft Marja Kerkhof aan. "De Japanse uitgever was een leeftijdsgenoot van Dick Bruna, en hij was meteen overtuigd van nijntje. Vandaag is Fukuinkan trouwens nog steeds een van onze twee uitgevers in Japan. Ook daar werd alles heel geduldig opgebouwd, maar intussen zijn we er wel al meer dan 60 jaar op de markt. In de jaren '80 brak nijntje ook door in het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland.

Andere opvallend succesvolle markten zijn Australië, Korea, en bij uitbreiding heel Azië."

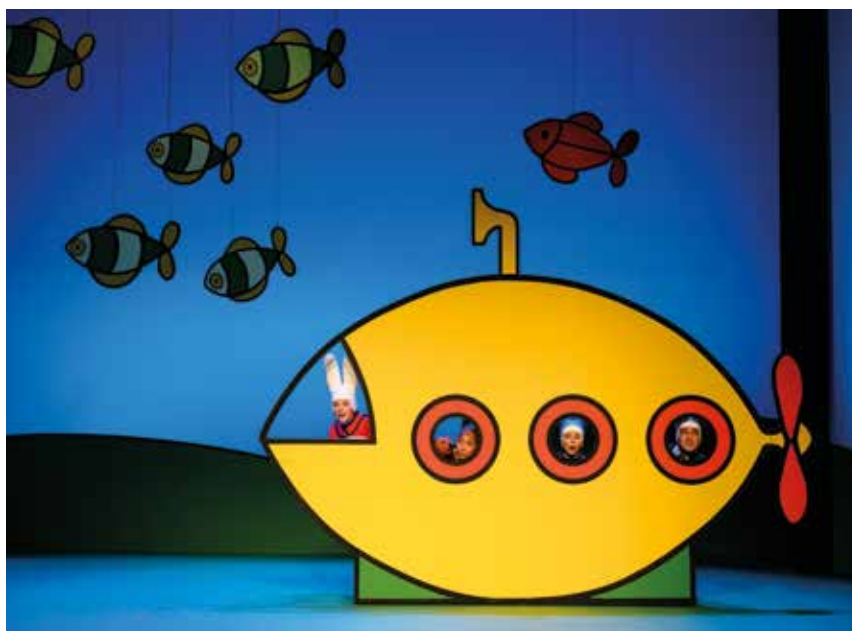
### EVOLUTIE

Het nijntje van vandaag is niet helemaal hetzelfde als dat van op de eerste tekeningen in 1955. "Als je kijkt naar illustraties van in het begin, dan lijkt nijntje in de eerste instantie op een speelgoedkonijn met wat lompe oren. Al snel worden de oren langer en puntiger en na verloop van tijd ook rond. Ook al heeft Dick Bruna zich dat oorspronkelijk misschien niet zo gerealiseerd. Pas toen er een tentoonstelling kwam, en de verschillende nijntjes naast elkaar hingen, kwam men tot de conclusie dat er toch wel een evolutie was. Ook de verhalen evolueren. De verjaardag van een kind of het slaapritueel zijn thema's die altijd belangrijk geweest zijn. Maar er zijn ook dingen die veranderen. Op een bepaald moment werd nijntjes vriendengroep diverser. Dat kwam 60 jaar geleden weinig voor in kinderboeken. De beschrijving van het overlijden van oma plus is ook een thema dat in de jaren '50 en '60 niet op die manier behandeld zou zijn. Maar Dick Bruna zag zelf dat de samenleving veranderde, en dan was het logisch dat dit ook naar voren kwam in zijn verhalen."





# L I C E N S I N G



## RECHTENBEHEER

In 1971 werd Mercis door Dick Bruna en zijn toenmalige zakenpartner opgericht voor het beheer van de rechten. “Naarmate het werk van Dick Bruna bekender werd, gingen mensen nijntje ook gebruiken voor dingen die niet de bedoeling waren. Daarom werd Mercis opgericht, om het gebruik van illustraties in goede banen te leiden. Dat was iets waar Dick Bruna zich liever niet mee bezighield. Het was wel zijn bedrijf, maar hij verkoos het schrijven en het tekenen boven de zakelijke kant van het verhaal.”

## DE JUISTE PARTNERS ZOEKEN

Vandaag speelt Mercis nog steeds een cruciale rol binnen het nijntje-universum, want zij beslissen waar nijntje overal opduikt. “Voor ons is het belangrijk dat partners er een langetermijnvisie op na houden. Verder vinden we ook dat een partner bij ons moet passen. Er zijn heel wat dingen die we niet doen of waar we heel voorzichtig mee zijn. Ik denk bijvoorbeeld aan voeding. We zullen nijntje niet op allerhande snoep, koeken of fastfood plaatsen. In Azië ligt dat iets

anders, maar dan is dat niet op kinderen gericht. Daarnaast zal nijntje ook nooit verschijnen op speelgoedgeweertjes, zelfs geen waterpistolen. Dat vond Dick Bruna echt geen goed idee. Ten slotte verwachten we natuurlijk ook dat producten goed gemaakt worden en kwalitatief zijn”, aldus Marja Kerkhof.

## BREED AANBOD SPEELGOEDPRODUCTEN

Over de jaren heen is Mercis heel wat samenwerkingen aangegaan met merken die passen bij de waarden van nijntje. “Vorig jaar werd in samenwerking met het Nederlandse label Little Dutch een prachtige nieuwe pluche-collectie gelanceerd, uitgevoerd in twee vintage designs: de vrolijke Sunny Stripes en de lieve Little Flowers”, zo legt Kim van Zon uit. “Dit zachte speelgoed voor de allerkleinsten wordt geproduceerd door Tiamo, waar Little Dutch en Mercis al jarenlang mee samenwerken. Andere samenwerkingen op het gebied van speelgoed omvatten onder andere een nieuwe lijn

muziekinstrumenten van Studio 100, houten speelgoed van TM Essentials, spellen van Identity Games, puzzels van Ravensburger en divers speelgoed van Van der Meulen.”

## MUSEUM EN MUSICAL

Nijntje is na meer dan 65 jaar uitgegroeid tot zo’n iconisch figuur dat ze ook een eigen museum en zelfs een eigen musical heeft gekregen. “Het nijntje-museum in Utrecht wordt heel goed bezocht. Toen we het museum 10 jaar geleden openden, stelden we ons de vraag hoe lang het zou blijven aanslaan. Maar momenteel wordt er druk gebouwd om het museum verder uit te breiden. Zo komt er een theatertje, maar ook extra ruimte voor activiteiten zoals voorlezen en interactie. Verder is er ook opnieuw een musical rond nijntje, intussen al de vijfde. De musical is deze winter en dit voorjaar opnieuw te zien in verschillende grote Nederlandse steden, waaronder Maastricht, Tilburg en Breda.”

# Jactal S.A



Jactal S.A, distributeur sinds 1967, neemt voor het eerst deel aan de beurs van Neurenberg.

spielwarenmesse®



Hall "Mitte" Stand A02



**JACTAL**, een familiebedrijf dat in 1967 is opgericht, distribueert speelgoed en feestartikelen naar detailhandelaren in Luxemburg, België en Frankrijk.

**Sinds kort** is Jactal distributeur van Bandai en Nici, maar ook sinds enkele jaren van Craze, MyOtherMe en natuurlijk de Boglins waarmee we in 2022 de prijs "speelgoed van het jaar" in België wonnen in de categorie Poppen & pluche.

**Het bedrijf** Jactal laat het er niet bij zitten en heeft verschillende andere merken in zijn catalogus opgenomen, zoals Jazwares, Hasbro, Amscan, Procos, Naturaverde en vele andere.

Een breed gamma aan producten voor een maximale keuze en een qualiteitservice zijn de sleutelwoorden van de firma Jactal.

Wij zien u graag op onze stand!

Om een afspraak te maken met onze vertegenwoordiger

+352.55.27.92.32

of

maude.pierret@jactal.com



Hall 6  
Stand C-11



Hall "Mitte"  
Stand A02



Hall "Mitte"  
Stand A02



Hall "Mitte"  
Stand A02



Hall 12.0  
Stand E01



Hall H1  
Stand E05-F04





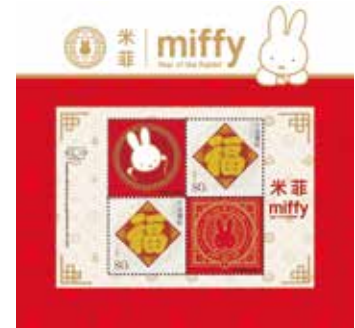
# L I C E N S I N G

## SPECIALE COLLECTIES ROND HET JAAR VAN HET KONIJN

Volgens de Chinese kalender is 2023 het jaar van het konijn. Dat is een gelegenheid die nijntje natuurlijk niet zomaar kan laten voorbijgaan. "Vooral in Azië is dit heel belangrijk, daarom hebben we een speciaal logo ontwikkeld, dat licentiehouders kunnen gebruiken als inspiratie. Eén van de eerste en grootste collecties rondom het jaar van het konijn is trouwens al verschenen, die van Tommy Hilfiger. Deze brede collectie is wereldwijd verkrijgbaar. Herkenbare preppy kledingitems en accessoires van Tommy zijn uitgebracht met nijntje erop. Het is een heel leuke collectie, zowel voor kinderen, tieners en jongvolwassenen, als voor volwassenen."

## POSTZEGEL

Ook Adidas gaat in het kader van het jaar van het konijn met nijntje aan de slag. "In samenwerking met het Museum of Contemporary Art (MoCA) in Shanghai en de artiest Fansack hebben zij een nijntje-collectie ontwikkeld voor Azië, die bestaat uit schoenen, kleding en accessoires. Maar er staat nog veel meer op de planning: een samenwerking met het luxe lederwarenbedrijf Mulberry, een campagne rond Chinees nieuwjaar op Schiphol waarin nijntje is opgenomen en zelfs nijntje-postzegels in China", zo besluit Kim van Zon.



# Inside News

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

## MUZIKALE REIS DOOR DE TIJD



**Hitster is een kaartspel dat een beroep doet op je muzikale kennis, en nog meer op jouw inschattingsvermogen voor wat betreft jaartallen. Het neemt je mee op een muzikale reis door de tijd, van de jaren '50 tot en met de 2020's. Het spel bevat een pak internationale artiesten, maar ook Nederlandstalige nummers. Dat maakt van Hitster een spel dat een heel breed publiek kan aanspreken.**

### Muzikale ketting

De bedoeling van het spel is om al eerste een muzikale ketting van tien songs te maken. Die ketting begint telkens met één kaartje dat op tafel wordt gelegd, met titel, uitvoerder en jaartal voor iedereen zichtbaar. Van de volgende kaartjes blijven deze gegevens in eerste instantie verborgen, want zij liggen omgedraaid, met een QR-code naar boven.

Met de speciale Hitster-app kan je deze code scannen, waarna via Spotify een nummer begint te spelen. Een Spotify Premium account is hierbij niet noodzakelijk, maar het geeft wel de beste ervaring omdat de song dan automatisch en anoniem begint af te spelen. Vervolgens moet de speler raden of het nummer op de tijdlijn voor of na zijn eerste kaart geplaatst moet worden. Is hij juist, dan mag de kaart blijven liggen, en wordt de tijdlijn uitgebreid. Bij een foute gok verdwijnt de kaart terug van tafel.

### Van de 50's tot de 2020's

In het begin van het spel lukt het juist leggen van de kaartjes vrij aardig – zeker als je te maken hebt nummers uit verschillende decennia. Maar hoe meer kaarten er al op de tijdlijn liggen, hoe preciezer je het jaartal moet inschatten. Dat maakt dat het vanaf de zesde of zevende kaart plots een stuk moeilijker wordt. De speler die als eerste tien kaarten juist kan leggen, wint het spel. De Hitster-tokens zorgen trouwens voor wat extra spanning, want deze kunnen ingezet worden om een nummer te skippen of om een kaart te 'stelen' wanneer je denkt dat een andere speler zijn kaart verkeerd geplaatst heeft.



[www.jumbo.eu](http://www.jumbo.eu)

## RUGZAKJES VAN PAW PATROL EN MINNIE



**Met het Paw Patrol schattig rugzakje neemt je kindje zijn vriendjes van Adventure Bay overal mee naartoe. Naar school, op vakantie of op een logeerpartijtje. Kortom, dit rugzakje heeft alles om er een geslaagde uitstap van te maken!**

De Minnie Mouse rugzak is ideaal voor een dagje uit of om mee te nemen naar school. De grappige figuurtjes maken het ontwerp speels. Met deze rugzak zal jouw kind de ster van de speelplaats zijn. Hoe cool is dat niet!?



[www.jacob-company.com](http://www.jacob-company.com)

## NIJNTJE X LITTLE DUTCH

**Nijntje en Little Dutch brengen een prachtige nieuwe pluche-collectie uit, uitgevoerd in twee vintage designs van Little Dutch: Sunny Stripes en Little Flowers.**

Een complete serie bestaat uit 10 verschillende items en een giftset. Met onder meer een nijntje knuffel in diverse formaten, een knuffeldoekje, een rammelaar, een muziekmobiel, een wagenspanner, een muziekdoosje en een speel-boxkleed.

Tiamo, een belangrijke partner van zowel Mercis (het rechtenbureau van het werk van Dick Bruna) als Little Dutch, verzorgt de productie en verkoop van deze nijntje soft toys collectie. De collectie is sinds december 2022 leverbaar.



[www.mercis.nl](http://www.mercis.nl) - [www.tiamo.nl](http://www.tiamo.nl)



## 3D PUZZELS VAN CUBIC



Nieuw in het assortiment van Van der Meulen zijn de 3D puzzels van Cubic Fun. Denk hierbij aan puzzels van karakteristieke gebouwen van over de hele wereld, dino's en zelfs een 3D-variant van de Titanic. Uniek is de lijn met ledverlichting waarbij de 3D-puzzels door middel van kleine ledlampjes extra tot leven komen.

Ook is er een samenwerking met National Geographic, waarbij de mooiste bouwwerken uit bekende steden worden vergezeld door een uitgebreid naslagwerk onder licentie van National Geographic. Voor uren puzzelplezier!

[www.vandermeulen.com](http://www.vandermeulen.com)

## SELECTA TOYS STELT ORIGAMI 3D PAUW VOOR

Een waar feest voor liefhebbers van creatief speelgoed. Origami 3D zijn unieke sets waarmee je de mooiste 3D-papiersculpturen kunt maken die je ooit hebt gezien. Dit alles dankzij gepatenteerde modules, zeer gedetailleerde instructies en stapsgewijze instructievideo's die laten zien hoe het geselecteerde model moet worden gemonteerd.

De set bevat kant-en-klare snijvormen, met een duidelijk gemarkeerde buiglijn, die zelfs de richting aangeeft waarin het gebogen moet worden. In drie eenvoudige bewegingen kunnen we een basismodule maken waarmee een meesterwerk wordt gemaakt. Alle modules worden identiek geassembleerd en vervolgens zonder lijm samengevoegd tot een beeldje.



[www.selectatoys.com](http://www.selectatoys.com)

## JOMMEKE KRIJGT EEN OFFICIËLE EDITIE VAN MONOPOLY



In het najaar van 2023 komt er een nieuwe en exclusieve Monopoly-uitgave onder officieel erkende licentie van Hasbro: Monopoly Jommeke. Deze gelimiteerde uitgave biedt de uitgelezen kans om de mooiste albums en tekeningen van de reeks te leren kennen.

De editie blijft trouw aan het originele spelconcept maar wordt in de wereld Jommeke gestoken. Voor de doos werden door de Standaard Uitgeverij nieuwe tekeningen gemaakt, speciaal voor dit spel. Ook de middenplaat van het spelbord zal nieuwe tekeningen bevatten. In totaal werden negen nieuwe ontwerpen gemaakt door Jommeke tekenaar Dieter Steenhaut. De tekeningen werden, zoals steeds voor Jommeke, eerst in inkt op papier gemaakt. Nadien werden de tekeningen gescand en digitaal ingekleurd. Alle locaties van het klassieke Monopoly-spelbord worden aangepast locaties uit de strip maar ook iconische voer-, vaar-, en vliegtuigen zullen een plaatsje krijgen in het spel.

Bovendien worden ook de kans- en algemeen fondskaartjes ingevuld met verwijzingen naar de immer populaire stripreeks. Zo zal je bijvoorbeeld Monopoly geld moeten betalen omdat je de grasmobiel om zeep hielp samen met Filiberke. Voor de overige invulling van het spel is het nog wachten tot de lancering eind 2023.

[www.monopolystore.be/jommeke](http://www.monopolystore.be/jommeke)



*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](http://www.toymagazines.org)



## FC DE KAMPIOENEN ZORGT VOOR PRIMEUR MET ALLEREERSTE BOUWSET VAN EEN BELGISCHE TV-REEKS



**De grootste tv-franchise van ons land heeft opnieuw een primeur te pakken. FC De Kampioenen heeft als eerste Vlaamse reeks een eigen bouwset en komt zo in een rijtje te staan met Friends en Star Wars.**

Fans van de reeks kunnen vanaf nu zelf aan de slag om te voetballen met De Kampioenen of de eeuwige aartsrivaal: De Schellekens. In een speelgoedset waarbij je het veld kan nabouwen zitten acht minifiguurtjes vervat, waarvan vier Kampioenen met onder andere Xavier en Markske, en vier Schellekens. Naast het veld is er ook een tribune beschikbaar om na te bouwen. Ook de tribune zit in de heuse FC De Kampioenen-sfeer en bevat vier figuurtjes met onder meer trainer Pol, voorzitter Boma en buurman van De Kampioenen, DDT.

[www.inthebox24.com/fcdk](http://www.inthebox24.com/fcdk)

## TOY INDUSTRIES OF EUROPE LANCEERT NIEUWE TOY SAFETY TIPS



**Toy Industries of Europe (TIE) wil ervoor zorgen dat mensen veilig speelgoed kopen. Daarom heeft de organisatie 10 veiligheidstips voor speelgoed gelanceerd om consumenten te helpen hun speeltijd veilig en leuk te houden! De tips worden gepresenteerd - met een schattige beer en konijn - in een korte video en op een speciale Toy Safety Tips-website.**

De veiligheidstips behandelen de belangrijke dingen waar je op moet letten voor en na het kopen van speelgoed. Een extra functie is nieuwe begeleiding specifiek voor het online kopen van speelgoed.

Catherine Van Reeth, directeur-generaal van TIE legt uit: “Omdat we gerenommeerde speelgoedfabrikanten vertegenwoordigen, blijft de veiligheid van speelgoed onze eerste prioriteit. Ondanks verbeterde regels, zoals de onlangs overeengekomen algemene productveiligheidsverordening van de EU, wordt er nog steeds onveilig speelgoed verkocht, voornamelijk van onbetrouwbare fabrikanten. Deze eenvoudige maar inzichtelijke veiligheidstips voor speelgoed helpen mensen – of ze nu online of in winkels kopen – om de valkuil van onveilig spelen te vermijden.”

De speelgoedveiligheidstips van TIE zijn momenteel beschikbaar in het Engels, Frans, Italiaans, Spaans en Nederlands. Er volgen nog meer talen. Om de tips voor zoveel mogelijk consumenten toegankelijk te maken, ondersteunt ANEC, de European Consumer Voice in Standardisation, genereus toekomstige taalversies.

[www.toytips.eu](http://www.toytips.eu)



## GOLIATH BIJ PUPPY

**Belangrijk nieuws! Vanaf 2023 is een grote selectie van Goliath speelgoed en spelletjes verkrijgbaar via de distributie van Puppy. Puppy breidt daarmee zijn aanbod, dat reeds bestond uit sterke merken zoals o.a. Schleich, OPPI, Plastoy en Crayola, verder uit.**

[www.puppy.eu](http://www.puppy.eu)



## KNIKKERBANEN VOOR ULTIEME ACTIE EN SNELHEID!

Een kuiltje in 't zand is leuke nostalgie, maar de knikkerbanen van Marble Rush zijn vetter dan vet! Dat weten alle knikkerfans, ook piepjonge (vanaf 4 jaar). Dit najaar introduceert VTech twee nieuwe sets: de Marble Rush Racing Set en de Marble Rush Super Action Set. Met zulke namen is het geen verrassing dat het om pure snelheid en ultieme actie gaat.

Dankzij twee racebanen in één parcours beleven knikkerfans indrukwekkende stunts, uitdaging en spanning met de Marble Rush Racing Set. Met de 360 graden looping, halfpipe en lanceerder is de route die de knikkers kiezen onnavolgbaar. Extra spannend is deze set omdat er twee knikkers tegelijk worden gelanceerd. In de Marble Rush Super Action Set, die nog groter van formaat is, wordt een schepje bovenop alle spanning gegooid. Hier krijgen knikkers in de baan ook nog een kurkentrekker, trechter, lift en een remhelling op hun pad.

Opnieuw is leren, ontdekken, vaardigheid en creatief handelen in uitdagend speelgoed verpakt. Het spel met de knikkers mag oud zijn, VTech geeft er een draai aan waardoor het helemaal van nu is. Goed nieuws voor alle jonge en oude knikkergekken.

[www.vtechnl.com](http://www.vtechnl.com)

## DIRECT SOURCING TOYS & GAMES 2023



**ETAI, de organisator van de Deauville Preshow, kondigt de eerste editie van DIRECT SOURCING toys & games 2023 aan, van 10 tot 12 oktober in het Hilton Amsterdam - Schiphol. Door gebruik te maken van de exclusieve en effectieve showroom-formule van de Deauville Preshow speelt ETAI in op de behoefte van de markt aan een gericht en effectief internationaal evenement voor niet-vermarkt speelgoed in Europa.**

FOB, Private label en direct sourcing speelgoed & games vertegenwoordigen tussen 25% en 40% van de wereldwijde speelgoed- en spellen markt (afhankelijk van het land). FOB en Private Label spelen een steeds grotere rol in de activiteiten van speelgoed- en speldetailhandelaars en vormen een belangrijke troef in de toekomst.

In dat specifieke segment is de werkwijze de afgelopen jaren veranderd. De budgetbeperking van de koper voor lange, nog steeds gevaarlijke en kostbare reizen transformeert het selectieproces. DIRECT SOURCING transformeert de manier waarop retailers de collecties van leveranciers kunnen ontdekken en ervaren met een evenement dicht bij huis tijdens de belangrijke koopperiode van oktober.

Vooraf vastgelegde afspraken vinden plaats in comfortabele privéshowrooms binnen het Hilton Schiphol. Dit alles op een goed bereikbare locatie, in het hart van de Europese markt, waardoor de ecologische voetafdruk van de deelnemende bedrijven wordt verkleind.

Jean Luc Garnier - Director of Trade shows Division - legt uit: "Door Direct Sourcing te organiseren, spelen we in op de groeiende uitdaging van efficiëntie waarmee leveranciers en kopers worden geconfronteerd om op het juiste moment en op de juiste plaats aan FOB- en Private Label-collecties te werken, binnen de snelste mogelijke tijd en met de kleinst mogelijke ecologische voetafdruk. Bestaande kansen zijn ofwel te laat in het proces, of te onzeker geworden. Het is onze ambitie om een eenvoudige en efficiënte tool zijn voor FOB en Private Label in de speelgoed- en spellenindustrie."

[www.infopro-digital.com](http://www.infopro-digital.com)

## GA OP AVONTUUR MET TREASURE ISLAND

**Kan jij de schatkaart ontcijferen? Gebruik logica en deductie, maar opgelet... Op dit eiland kunnen de puzzelstukken van vorm veranderen! Enkel wanneer je de stukken met bergen, heuvels en bossen op de juiste plaats legt, vind je de tempel met de schat.**

Met 80 uitdagingen die je naar het einde van de wereld brengen. Een hersenkrakende single-player voor kids en volwassenen vanaf 8 jaar. Oefen planning, ruimtelijk inzicht, probleemoplossend denken, concentratie en flexibel denken.

[www.smartgames.eu](http://www.smartgames.eu)





## BABY BORN BELEEF VOLOP BADPLEZIER IN HET STIJLVOLLE, NIEUWE BABY BORN BAD



**Dompel BABY born onder voor relaxmomenten en badplezier. Het BABY born Bad bevat licht- en geluidseffecten, een hartvormig kussen om te ontspannen en een rubberen badeendje voor de leukste watergevechten.**

Zapf Creation komt met een nieuw BABY born Bad. Samen met een bijpassende wastafel, inlopdouche, WC, badjas en handdoekenset maakt de badkuip onderdeel uit van het BABY born Bad themawereld, waarvan de producten eenvoudig te gebruiken zijn. De badkuip is interactief en met één druk op de knop worden de automatische douchefunctie, die werkt met echt water, en unieke licht- en geluidseffecten ingeschakeld.

### Waterpret met BABY born

Het BABY born Bad is waterblauw aan de binnenkant en wordt aan de buitenkant gesierd door een golvend reliëf. Daarnaast is de buitenkant van het bad in staat om op te lichten en van kleur te veranderen. Als de badkuip leeg is, klinkt er gespetter en andere watergeluiden en de douchekop kan uit de houder gehaald worden zodat BABY born lekker kan ontspannen op het hartvormige kussen, terwijl ze gewassen wordt. Dit kussen kan naar wens worden verplaatst en dat geldt ook voor Berta, de kleine rubberen badeend die wordt meegeleverd. Met het BABY born Bad kunnen kinderen hun eigen badritueel naspelen en lezen ze op speelse wijze hun pop te verzorgen. De badkuip is geschikt voor poppen van 36cm en van 43cm.

[www.baby-born.com](http://www.baby-born.com)

## PUBLIEKSPRIJZEN TOYS & GAMES OF THE YEAR

**In oktober werden de 13 winnaars van de Belgische Toys & Games Of The Year verkiezing bekendgemaakt. Voor het eerst in de geschiedenis van de competitie werden deze laureaten na de prijsuitreiking ook nog eens onderworpen aan een publiekstemming.**

Ook deze winnaars zijn nu onthuld. Uit de 7 speelgoedcategorieën koos het publiek voor het WILTOPIA Dierenverzorgingscentrum van Playmobil. Bij de spellen (uit 6 categorieën) ging de voorkeur uit naar Penguins Huddle Up van Smart Toys & Games. Deze beide producten krijgen dus nog een extra erkenning bovenop hun titel van Toys & Games Of The Year.

[www.toysandgamesoftheyear.be](http://www.toysandgamesoftheyear.be)



## LOTTE KOPECKY ONTVANGT HAAR EIGEN JUNGLE SPEED TOTEM OP SPELLENSPEKTAKEL

**Dat Lotte Kopeccky een winnaar is in het wielrennen, is geen nieuws. Als ze niet op de fiets zit, wint ze nog steeds graag, maar dan wel in gezelschapsspelletjes. Lotte's favoriete spel? Jungle Speed! Een kort, explosief spel, waarbij je niet alleen slim, maar ook snel uit de hoek moet komen. Juist ja, op het lijf geschreven voor deze wielerkampioene.**

Asmodee België, marktleider als verdeler en ontwikkelaar van gezelschapsspellen, overhandigde haar een gepersonaliseerde Jungle Speed totem op het spellenspektakel in Gent. "Ik win graag met spelletjes, maar het spelplezier primeert. Wanneer we met de ploeg op pad zijn, kan een kort spelletje Jungle Speed mijn gedachten verzetten. Samen spelen is gewoon leuk!"

[www.asmodee.be](http://www.asmodee.be)



# AL MEER DAN 30 MILJOEN PS5-CONSOLES VERKOCHT, EINDE LEVERINGSPROBLEMEN IN ZICHT

**TIJDENS DE SONY-PERSCONFERENTIE TIJDENS DE VOORBIJE CES-BEURS WAREN ER OOK ENKELE PLAYSTATION-NIEUWTJES TE RAPEN. JIM RYAN, VOORZITTER EN CEO VAN SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT, KONDIGDE IN LAS VEGAS AAN DAT DE VERKOOPTELLER VOOR DE PLAYSTATIONS5 CONSOLE INTUSSEN DE KAAP VAN 30 MILJOEN EXEMPLAREN IS GEPASSEERD. DAARNAAST WERD OOK NOG EEN TOEGANKELIJKHEIDSKIT VOORGESTELD, WAS ER MEER NIEUWS ROND PSVR2 EN KREEG MEN EEN EERSTE GLIMP VAN DE GRAN TURISMO SPEELFILM**

Na twee moeilijke jaren lijkt het einde van de bevoorradingsproblemen voor de PS5 eindelijk in zicht. "We waarderen de steun en het geduld van de PlayStation-community enorm", aldus Ryan, "De afgelopen twee jaar werden we geconfronteerd met een enorme vraag te midden van wereldwijde uitdagingen. Eind 2022 is de voorraad PS5's sterk verbeterd, waardoor december de beste maand ooit was voor de verkoop van deze console, en we nu meer dan 30 miljoen exemplaren hebben verkocht aan consumenten over de hele wereld. Iedereen die een PS5 wil, zou het vanaf nu veel gemakkelijker moeten hebben om er een te vinden bij retailers wereldwijd."

## PROJECT LEONARDO

Tijdens de CES-presentatie werd er ook een accessoire voor de PS5 aangekondigd, met de bedoeling om gaming toegankelijker te maken. Project Leonardo, dat werd ontwikkeld met belangrijke bijdragen van toegankelijkheidsexperts, communityleden en game-ontwikkelaars, is de codenaam voor een nieuwe, zeer aanpasbare controller kit die 'out of the box' werkt om spelers met een handicap te helpen games gemakkelijker, comfortabeler en voor langere tijd te spelen. Het werd ontworpen om veelvoorkomende uitdagingen aan te gaan waarmee veel spelers met beperkte motorische controle worden geconfronteerd: problemen met het langdurig vasthouden van een controller, het nauwkeurig indrukken van kleine clusters van knoppen of triggers, of het optimaal positioneren van duimen en vingers op een standaardcontroller.

## PSVR2

Eind februari lanceert Sony de langverwachte PlayStation VR 2. Twee games die hierbij in het oog zullen springen zijn Gran Turismo

7 en Beat Saber. GT7 krijgt een VR-modus voor de lancering van de PlayStation VR 2, als een gratis upgrade van de 2D-versie. Spelers die al een PS5-versie van Gran Turismo 7 in bezit hebben, hoeven dus niets extra te betalen. Ook Beat Saber, een van de meest succesvolle VR-games tot nu toe, zal zijn opwachting maken op PSVR2. Een exacte releasedatum werd hiervoor nog niet vrijgegeven.

## GRAN TURISMO, THE MOVIE

Ten slotte was er ook nog filmnieuws rond PlayStation. Vorig jaar raakte bekend dat Sony – in navolging van de Uncharted-bioscoopfilm – film- of televisieplannen heeft voor maar liefst 13 PlayStation-games (o.a. God of War en The Last of Us). Van de Gran Turismo-film, die in augustus in de zalen verschijnt, werd nu een eerste teaser-trailer gelanceerd. Daarin zien we onder andere Orlando Bloom en David Harbour (bekend van Stranger Things) in een race-outfit.



©2022 Sony Interactive Entertainment Inc. All rights reserved. Design and specifications are subject to change without notice.



# Spielwarenmesse Neurenberg 2023



## Kleur jouw wereld met nijntje en bezoek ons in Neurenberg 2023

United Labels	Ingang midden / E-01 & F-02
TeddyKompaniet i Bastad	Hal 1 / B-04
Rainbow Designs	Hal 1 / A-28
Tiamo	Hal 2 / B-01
roba Baumann	Hal 3 / A-36
TM Essentials	Hal 4 / E-81 & F-80
Van der Meulen Sneek	Hal 7 / B-08
Haza-Witbaard	Hal 9 / C-17

Identity Games International	Hal 10.1 / A-03
Jumbo Spiele	Hal 10.1 / D-12 & F-17
Clementoni	Hal 12.0 / F-10 & G-07
Pioupiou & Merveilles – Shok ID	Hal 12.0 / D-16-2
Ravensburger Spieleverlag	Hal 12.0 / A-12 & D-13
Vadobag Europe	Hal 12.0 / I-23
Heunec	Hal 12.2 / P-14



# PENGUINS HUDDLE UP



Ontdek de nieuwe SmartGames op [www.SmartGames.eu](http://www.SmartGames.eu)!