

Trends im Spielwarenmarkt

Lizenzprodukte nehmen im deutschen Markt deutlich zu

geschrieben von Joachim Stempfle

Der Spielwarenmarkt im vergangenen Jahr 2024 ist mit einem Umsatzvolumen von 4,4 Milliarden Euro ein wichtiger Wirtschaftszeig in Deutschland und zeigt sich mit einem Trend von zwei Prozent auch in einem schwierigen Umfeld verhältnismäßig stabil.

Dabei richtet sich die Branche nicht nur erfolgreich auf Kinder und Jugendliche aus. Gerade der Anteil von Spielwaren, welche für eine Altersgruppe ab 18 Jahren gekauft wurden, hat sich seit dem Jahr 2019 bis 2024 um mehr als 37 Prozent gesteigert. Das zeigt sehr deutlich, dass viele Erwachsene Spielwarenprodukte vermehrt als Freizeitbeschäftigung nutzen.

Zum Teil erklärt dies auch den positiven Trend in einzelnen Warengruppen wie Building Sets oder Games und Puzzles. Hier wurden in den letzten Jahren zusätzliche Zielgruppen erschlossen. Am Beispiel der Botanical Collection aus dem Hause der Lego Group kann man dies sehr gut nachvollziehen. Hier wurde sehr erfolgreich die Liebe für Blumen mit der Freude am Basteln kombiniert. Damit wurde eine neue Käuferschicht erschlossen, welche in der Vergangenheit wenig mit Lego Bausätzen anzufangen wusste. Ein Highlight für diese Produkte ist dann auch der Valentinstag gewesen, bei dem viele schöne Blumengestecke verschenkt wurden.

Ein weiteres Beispiel dafür, dass Spielwarenprodukte auch außerhalb der Kinderzimmer immer mehr an Relevanz gewinnen, ist der Bereich der Spiele und Puzzles. Neben klassischen Trendthemen wie zum Beispiel Sammelkarten mit den Lizenzthemen »Pokemon«, »Magic: The Gathering« oder »Disney Lorcana« haben sich vor allem Party- und Gesellschaftsspiele sehr stark im Markt entwickelt. Ratespiele wie Hitster von Jumbo dienen einem kurzweiligen Zeitvertreib; die IQ Reihe von Smart Games kann Fähigkeiten wie räumliches Denken und die Konzentration fördern. Ein sehr wichtiger Aspekt im deutschen Markt sind Produkte, welche sich mit angesagten Lizenzthemen aus dem Bereich Serien, Kino, Social Media, Bücher etc. beschäftigen. Unterteilt man den Markt in Lizenz- und nicht Lizenzprodukte, zeigt sich ein deutlicher Trend. Während der Umsatz der Spielwaren ohne einen Bezug zu aktuellen Lizenzthemen sich um vier Prozent im Vergleich zum Jahr 2023 verkleinert hat, konnten Produkte in Kombination mit aktuellen Themen einen Zugewinn von drei Prozent verzeichnen. Dadurch hat sich der Umsatzanteil der Lizenzprodukte im deutschen Markt auf 28 Prozent gesteigert. In anderen Worten: Mehr als jeder vierte verkaufte Spielwarenartikel ist ein Lizenzprodukt.

Insgesamt kann man feststellen, dass die Spielwarenbranche sich seit Jahren sehr erfolgreich den Herausforderungen des Marktes stellt und mit immer neuen Innovationen und Ideen ihre Kunden begeistert.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 2/2025](#).