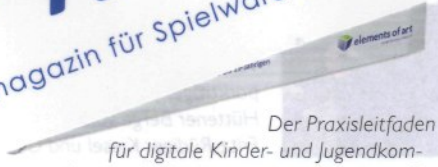
ELEMENTS OF ART

Praxisleitfaden für digitale [illegible] und Jugendkomm[illegible]

So klicken Kinder und Jugen[illegible]
Wege und Möglichk[illegible]

http://www.spielzeuginternational.de
ISSN 1861-7689
B 14130
Herausgeber: Alfred G. Kropfeld
SPIELZEUG international
Das unabhängige Fachmagazin für Spielwaren, Hobby, Geschenkartikel und Entertainment
01/2014 Januar



Der Praxisleitfaden für digitale Kinder- und Jugendkommunikation, der Internetagentur Elements of Art ist, bietet viele praktische Tipps

[illegible]ation.
[illegible]ersstufen können
[illegible] unterschiedliche Anspra-
[illegible]n erfordern – Geschmack und Vorlieben ändern sich schnell. Deshalb ist der Leitfaden in die beiden Bereiche Kids und Teens unterteilt. Denn nur wer sich eng an den Interessen und Bedürfnissen der jeweils angesprochenen Zielgruppen orientiert, kann relevante Inhalte für sie kreieren und Markenbindung herstellen.

[illegible]ere Fragen

News-Ticker

GENIUS BRANDS

Einstieg von Andy Heyward

Das Unternehmen Genius Brands International, Inc. und die 2009 gegründete A Squared Entertainment LLC wurden Ende November zu einem börsennotierten Medienhaus mit Markeninhalt für Kinder vereinigt, wobei auch die Musikspielwaren „Baby Genius" aufgefrischt werden sollen. **Andy Heyward** übernimmt die Positionen Chairman/CEO, der Gründer und frühere CEO von DIC Entertainment wurde für seine Produktionen mehrfach mit dem Emmy Award ausgezeichnet. Seine Frau Amy Moynihan Heyward, über 20 Jahre Marken-Erfahrung mit Stationen wie Disney Cruise Line, McDonald's, Universal Theme Parks und Hasbro Toys, fungiert als President. **Klaus Moeller**, bisher CEO und nun Vice President of Special Markets, setzt auf Marken wie die im Februar 2014 startende Film-Trilogie „Stan Lee's Mighty Seven" oder „Warren Buffett's Secret Millionaires Club". Heyward will neue Marken mit frischen Inhalten im Kids-Entertainment-Bereich kreieren.

UK-MARKT

Spielwarenprognose 2017

Laut einer aktuellen Studie von Key Note wird der britische Spiele- und Spielwarenmarkt von 2008 bis 2017 um 10,1 Prozent auf 2,45 Mrd. £ (2,91 Mrd. €) steigen. Zwischen 2008 und 2012 nahm die Zahl der Kinder unter 4 Jahren um 9,3 Prozent zu. Der „Toys & Games Market Report Plus" vom März 2013 untersuchte auch die diesjährigen Werbeausgaben und sah hier die größten Steigerungen bei Hasbro.

SPIELE MAX

Multichannel-Logistik

Seit Ende Oktober können Kunden bei Spiele Max online einkaufen. Die flexible Logistik kommt von Rieck, der seit 2005 das Zentrallager des Filialisten für Spielwaren, Babyausstattung und Kindermode bewirtschaftet. „Als wir den Online-Shop planten, wussten wir bereits, dass Rieck auch im Bereich B2C-Logistik erfolgreich tätig ist", so Prokurist Christian Ritschel.

IDEN

Kooperation mit Prisma

Zum 1. Januar 2014 hat die Unternehmensgruppe Iden einen Zentralregulierungsvertrag mit der Prisma Fachhandels AG abgeschlossen, zu der rund 880 Prisma-Anschlusshäuser gehören. Gf. Hans Jörg Iden: „Die Zentralregulierung bietet unseren Systempartnern einen klaren Wettbewerbsvorteil am Markt. Darüber hinaus schaffen wir mit dem erweiterten Leistungsangebot zukunftssichere Strukturen." Prisma-Vorstand Michael Purper: „Die Iden-Gruppe ist für unsere Mitglieder eine wichtige Ergänzung zu vorhandenen PBS-Großhändlern und wir freuen uns auf eine gute, erfolgreiche Zusammenarbeit." Als unabhängiger Großhandels-Vollsortimenter und starker Logistikpartner mit fünf Regionallägern bietet Iden eine leistungsfähige, bundesweite Belieferung innerhalb von 24 Stunden. Das Sortiment umfasst rund 70.000 Artikel, deren permanente Verfügbarkeit und hoher Warenumschlag der Liquiditätssteuerung aller Handelspartner dient.