



PRESSEMITTEILUNG

Spieleverlage e.V. zur SPIEL 2025 in Essen

22. Oktober 2025

UMSATZTREIBER SPIELE & PUZZLE

Nürnberg, 22.10.2025: Spiele & Puzzle koppeln sich von der Entwicklung des Spielwarenmarktes ab. Während die gesamte Spielwarenbranche von Januar bis Mitte September 2025 ein Plus von 4% erzielte, baute die Warengruppe Spiele & Puzzle mit einem Wachstum von 18% ihre Position im Spielwarenmarkt weiter aus. Damit stieg sie zur umsatzstärksten Kategorie im Markt auf. Allein das Segment Spiele legte mit über 22% überproportional zum Vorjahr zu. Nach Auffassung der Verlage dürfte sich der Aufwärtstrend bis Ende des Jahres fortsetzen. 73% der vom DVSI und dem Spieleverlage e.V. im Rahmen des neuen BOARD GAMES INDEX befragten Verlage rechnen jedenfalls mit besseren Verkaufsergebnissen für das gesamte Geschäftsjahr 2025. Das zeigen die aktuellen Zahlen des BOARDGAMES INDEX und Auswertungen des Marktforschungsinstitutes Circana.

ZUVERSICHT IST ZURÜCK

Die Warengruppe Spiele & Puzzle ist trotz eines nach wie vor schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes zurück auf der Erfolgsspur. Zwar glauben 59% der befragten Unternehmen, dass die geopolitischen Konflikte und die anhaltende Konjunkturschwäche in Deutschland – 2025 steht laut führender Wirtschaftsforschungsinstitute im Zeichen der Stagnation – die Verbraucherstimmung eintrüben, aber dennoch rechnen die Spiele-Verlage für das eigene Unternehmen mit einem moderaten Wachstum. Ein wichtiger Motor dafür ist u.a. der anhaltende Trend zu Sammelkarten, aber auch Karten-, Party-, Erwachsenen- und Familienspiele befeuern den Markt. Zudem spielen Klassiker eine wichtige Rolle im Portfolio der Verlage und bei Konsumenten. Klassiker sind für 40% der zweitwichtigste Wachstumstreiber

im Markt und gleichsam die „Brot- und Butterspiele“ für das Geschäft. Rechnet man den Trend zu Sammelkarten heraus, legten die reinen Spiele immer noch über 6% zu.

„Familien- und Erwachsenenspiele stehen wie kaum eine andere Kategorie für die deutsche Brettspielkultur, die sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten immer stärker ausdifferenziert hat. Ein Beispiel ist der Erfolg der Party- und Kennerspiele, die heute für jeden Geschmack etwas zu bieten haben“, sagt Hermann Hutter, Vorstandsvorsitzender des Spieleverlage e.V. und Geschäftsführer der Hutter Trade GmbH + Co KG, „Familien- und Erwachsenenspiele haben durch ihre hohe Qualität, die innovativen Spielmechaniken und die Vielseitigkeit den internationalen Ruf der German Board Games begründet.“ Obwohl längst ausländische Anbieter mit „German Board Games“ in den deutschen Markt drängen, sehen die deutschen Spieleverlage weiterhin Wachstumspotenziale in Europa und Amerika. Vor allem Frankreich und die USA bieten ihnen attraktive Perspektiven für die Expansion. Inzwischen erzielen 30% der befragten Unternehmen mit ihrem Auslands-





geschäft mehr als 40% des Umsatzes, bei weiteren 25% liegt er zwischen 20% und 40%. Die Zahlen spiegeln die Internationalität der Branche wider.

Zuversichtlich zeigen sich die Spielverlage auch für das wichtige Weihnachtsgeschäft, das in den letzten beiden Jahren für die gesamte Spielwarenbranche eher durchwachsen verlief. 68% der befragten Unternehmen erwarten während der Jahresendrallye bessere Verkaufsergebnisse als 2024. „Das Wachstum der Warengruppe Spiele & Puzzle in den ersten neuen Monaten zeigt einmal mehr“, so Dieter Strehl, stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Spielverlage e.V. und geschäftsführender Gesellschafter der Wiener Spielkartenfabrik Ferd. Piatnik & Söhne, „dass Brettspiele die Menschen unvermindert anziehen. Preiswerte, kompakte, schnelle und familientaugliche Kennerspiele stehen derzeit hoch in der Gunst der Kunden, aber auch hochpreisige haben keine Schwierigkeiten, Abnehmer zu finden, wenn die Spiel-Idee originell und die Umsetzung gut ist.“ Und der Mega-Trend zu kooperativen Spielen hält an. 1988 wurde mit „Sauerbaum“ das erste kooperative Spiel von

der Jury Spiel des Jahres mit einem Sonderpreis ausgezeichnet. Ein Ende ist nicht in Sicht. Auch 2025 wurde ein kooperatives Familien-spiel als Spiel des Jahres ausgezeichnet.

In Deutschland betrug 2024 der Anteil der Alleinstehenden an allen Lebensformen bereits rund 45% – Tendenz steigend. Während Solospiele(-varianten), die in den letzten paar Jahren auf den Markt drängten, von 57% der Verlage nur als reine Nischenprodukte betrachtet werden, gewinnen Zwei-Personen-Spiele hingegen an Bedeutung. Offensichtlich scheint sich der demografische Wandel auch im Verlagsportfolio niederzuschlagen. Auch wenn Spiele & Puzzle im Trend liegen, die Preisstellung spielt gleichwohl eine gewisse Rolle, zumal die Verlage eine Zunahme von Onlinekäufen (62%) und einen Rückgang des stationären Handels (48%) beobachten. 53% der Spielehersteller fokussieren deshalb auf Preisgrenzen, um wettbewerbsfähig zu bleiben, so der BOARD GAMES INDEX des Spielverlage e.V..

Erfreulich: Obwohl das Thema Nachhaltigkeit in den letzten beiden Jahren an Bedeutung in der öffentlichen Debatte verloren hat, sehen es 85% der Verlage als wichtig oder sehr wichtig an. Das Spektrum der Maßnahmen umfasst die Optimierung des Verpackungs- und Schachtel-designs (75%) und Lieferketten (45%) sowie die stärkere Verlagerung der Produktion nach Europa (65%). Aber die Branche hat auch Wünsche an die Politik hinsichtlich der Rahmenbedingungen, die sich weitgehend mit denen anderer Branchen decken dürften. Dazu zählt der Abbau unnötiger Regularien und das Sicherstellen fairer Wettbewerbsbedingungen gegenüber Billig-Online-Plattformen. Mit rund 1.500 Neuheiten, die die Branche auch in diesem Jahr in Essen präsentiert, beweist sie einmal mehr, dass sie nicht ohne Grund zu den stabilsten und wachstumsstärksten Segmenten in der Spielwarenbranche zählt.

SPIELEVERLAGE e.V.

Der Spieleverlage e.V. ist der Verbund der wichtigsten Spieleverlage im deutschsprachigen Raum. Die Fachgruppe im Deutschen Verband der Spielwarenindustrie (DVSI) e.V.

- kommuniziert Absatzentwicklungen und Trends im Spielbereich
- fördert Spielen an Schulen umfassend
- initiiert und fördert die Erschließung neuer Zielgruppen für die Sache des Spiels
- fördert ideell das Netzwerk von großen und kleinen Publikumsveranstaltungen zum Thema Spiel
- unterstützt Spiele-Events und Publikums-messen mit kostenlosen Exemplaren für die Ausleihe von Spielen
- setzt sich ein für die Anerkennung des Spiels als gesellschaftlich und sozialpädagogisch relevantes Kulturgut
- unterstreicht in seiner Medienarbeit die Bedeutung des spielerischen Lernens bei Kindern
- dient seinen Mitgliedern als Forum für die Erörterung allgemein interessierender unternehmenspolitischer Problemstellungen

DER DVSI

Die deutsche Spielwarenindustrie ist Schrittmacher bei der Entwicklung und Produktion von Spielwaren.

Seit mehr als 30 Jahren gestaltet der Deutsche Verband der Spielwarenindustrie (DVSI) e.V. als Interessenvertretung die Rahmenbedingungen der Branche mit, um die internationale Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit seiner Mitglieder zu stärken. Der DVSI vertritt die Interessen von über 200 Herstellern, Händlern und Verlagen unterschiedlicher Größenord-



nungen, darunter viele „Hidden Champions“. In einer Branche, die rund 4,4 Mrd. Euro umsetzt und ca. 11.000 Menschen einen Arbeitsplatz bietet, steht er für mehr als 80 Prozent der Spielwaren in Deutschland. Der Verband ist Ansprechpartner für Mitglieder wie für Politik, Gesellschaft und Medien, Mitglied im europäischen Dachverband TIE (Toy Industries of Europe) und im internationalen Branchenverband ICTI (International Council of Toy Industries). Sitz des Verbandes ist in der ToyCity Nürnberg. Geschäftsführer ist seit 2012 der Jurist Ulrich Brobeil.

IHR ANSPRECHPARTNER



HERMANN HUTTER

1. Vorsitzender Spieleverlage e.V.

Hutter Trade GmbH + Co KG
Bgm.- Landmann-Platz 1 - 5
D - 89312 Günzburg

T +49 (0) 8221 369 630
info@spieleverlage.com