

Playmobil startet die Marketingkampagne

Fürth (BY). Mit gleich drei neuen Commercial-Spots geht Playmobil ab Mitte Oktober in fast allen europäischen Ländern und Nordamerika on Air. Die globale Dachmarkenkampagne ist ein weiterer Schritt der Anfang des Jahres vorgestellten Neuausrichtung „Aufbruch in die Zukunft“. Diese neue und umfassende Strategie beinhaltet die konsequente Ausrichtung der Marke Playmobil auf seine Kunden und die Konsumenten. Die Spots sind stringent auf die Zielgruppe Kinder ausgerichtet und beinhalten die Botschaft: bei der Kultspielmarke Playmobil ist jetzt alles neu und anders. Sie laufen nicht nur im TV, sondern auch auf allen relevanten Digitalkanälen wie Facebook, Instagram oder YouTube.

„Der Fantasie und dem Humor von Kindern sind keine Grenzen gesetzt“, sagt Julia Straschil, Senior Vice President Global Marketing, „Mit einer riesigen Auswahl von Spielwelten bietet Playmobil den Kindern täglich Neues. Kinder spielen kreativ und kombinieren Spielzeug-Welten, das wollen wir so auch in unserer Kampagne zeigen.“ Der Media-Fokus liegt neben TV auf den verschiedenen digitalen Kanälen und orientiert sich am medialen Nutzungsverhalten der Kinder. Die neuen Spots sind in 6-, 10-, 15- und 20-Sekunden-Formaten on Air.

Die einzelnen Stories stammen aus der Feder des renommierten Kreativen Roland Vanoni, die Agentur XY arbeitete als Creative Supervisor. Für die CGI Produktion war Woodblock verantwortlich und die Realszenen wurden von Lukkien produziert. In quantitativen Marktforschungstests erhielten alle drei Filme höchste Bewertungen für Markenfit, Aufmerksamkeitsstärke und Involvement.

Mit der neuen Dachmarkenkampagne liefert Playmobil erste Einblicke in die Neuausrichtung der Marke nach einem umfassenden Transformationsprozess des Unternehmens. „Auf der Nürnberger Spielwarenmesse im Januar werden wir neben zahlreichen Innovationen und brandneuen Produkten auch unsere neue Markenpositionierung präsentieren. Die Playmobil-Fans werden begeistert sein und können sich mit uns zusammen auf 2025 freuen“, so Playmobil-Vorstand Bahri Kurter.

Die Horst Brandstätter Group ist ein Global Player. Die bekannten Marken PLAYMOBIL und LECHUZA stehen für Qualität, Innovation und bieten damit den



Konsumenten echten Mehrwert. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Business-Units arbeiten mit Engagement und hoher Leistungsbereitschaft, um weltweit eine unternehmerische Erfolgsgeschichte zu schreiben.

In der Business Area Inspiring Play Experience stehen bei der Marke PLAYMOBIL® 7,5 cm große Figuren, Tiere und umfangreiches Zubehör im Zentrum eines kreativen, vielfach ausgezeichneten Systemspielzeugs. Das fantasievolle Rollenspiel mit den historischen und modernen Themenwelten fasziniert seit mittlerweile 50 Jahren Kinder und wird von Eltern sowie von Pädagoginnen und Pädagogen gleichermaßen geschätzt. Seit 1974 wurden bereits über 3,8 Milliarden PLAYMOBIL®-Figuren gefertigt. Die rund 40 Spielthemen werden in rund 100 Ländern weltweit





vertrieben. Das innovative Unternehmen entwickelt, produziert und vertreibt in der Business Area Inspiring Recreation Experience unter dem Markennamen LECHUZA zudem

seit 2000 hochwertige Pflanzgefäße aus Kunststoff, eigene Pflanzsubstrate und Zubehör sowie seit 2015 Design-Gartenmöbel. Motto: LECHUZA - Das Geheimnis schöner Pflanzen.

Bevor nun die neue Kampagne publiziert wurde, landete Playmobil (Brandstätter) im September einen großen Clou.

Zehn einzigartige Playmobil-Großfiguren werden ab heute auf der Auktionsplattform ebay versteigert. Bei den Figuren handelt es sich um Kunstwerke von nationalen und internationalen Künstler:innen, die im Rahmen von „Playmobil Art Project for Children“, einer großen Kunst-Benefiz-Aktion, entstanden sind.

Nach erfolgreicher Vernissage in der Berliner „Beinhunted. Gallery“ kommen die 1,50 Meter großen Figuren jetzt zugunsten von Save the Children Deutschland e.V. unter den Hammer – und jeder kann ganz unkompliziert mitbieten. Die internationale Hilfsorganisation, die sich für die Rechte und den Schutz von Kindern weltweit einsetzt, erhält 100 Prozent der Erlöse.

„Es ist inspirierend, wie unterschiedlich und kreativ die ikonische Marke Playmobil interpretiert und in Szene gesetzt werden kann. Die Künstlerinnen und Künstler haben absolut ausdrucksstarke Figuren geschaffen“, so Playmobil-Vorstand Bahri Kurter.

Unter den renommierten Artists sind u. a. Thomas Marecki, Künstler, Gründer und Herausgeber des Lodown Magazines, Künstler, Fotograf und Modedesigner Bünjamin Aydin, Street-Art Künstlerin Hera (Jasmin Siddiqui), die Jugendhilfe SkF (Minna Fritsch) sowie Ferdi Porsche, Gründer der Community-Marke FAT International, die Rennsport und Lifestyle zusammenbringt.

Über Save the Children:

Im Nachkriegsjahr 1919 gründete die britische Sozialreformerin und Kinderrechtlerin Eglantyne Jebb Save the Children, um Kinder in Deutschland und Österreich vor dem Hungertod zu retten. Heute ist die inzwischen größte unabhängige Kinderrechtsorganisation der Welt in rund 120 Ländern tätig.

Save the Children setzt sich ein für Kinder in Kriegen, Konflikten und Katastrophen. Für eine Welt, die die Rechte von Kindern achtet, in der alle Kinder gesund und sicher leben sowie frei und selbstbestimmt aufwachsen und lernen können.

Die Horst Brandstätter Group ist ein Global Player. Die bekannten Marken PLAYMOBIL und LECHUZA stehen für Qualität, Innovation und bieten damit den Konsumenten echten Mehrwert. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Business-Units arbeiten mit Engagement und hoher Leistungsbereitschaft, um weltweit eine unternehmerische Erfolgsgeschichte zu schreiben.

In der Business Area Inspiring Play Experience stehen bei der Marke PLAYMOBIL® 7,5 cm große Figuren, Tiere und umfangreiches Zubehör im Zentrum eines kreativen, vielfach ausgezeichneten System-



spielzeugs. Das fantasievolle Rollenspiel mit den historischen und modernen Themenwelten fasziniert seit mittlerweile 50 Jahren Kinder und wird von Eltern sowie von Pädagoginnen und Pädagogen gleichermaßen geschätzt. Seit 1974 wurden bereits über 3,8 Milliarden PLAYMOBIL®-Figuren gefertigt. Die rund 40 Spielthemen werden in rund 100 Ländern weltweit vertrieben. Das innovative Unternehmen entwickelt, produziert und vertreibt in der Business Area Inspiring Recreation Experience unter dem Markennamen LECHUZA zudem seit 2000 hochwertige Pflanzgefäße aus Kunststoff, eigene Pflanzsubstrate und Zubehör sowie seit 2015 Design-Gartenmöbel. Motto: LECHUZA - Das Geheimnis schöner Pflanzen.