

7-Schritte-Checkliste

# Spielzeug-Trends frühzeitig erkennen und ohne Risiko testen

So wählen Sie die richtigen  
Trendprodukte für Ihr Sortiment –  
ohne Fehleinkäufe



# „HEUTE ERKANNT, MORGEN VERKAUFT!“ DIE STRATEGIE FÜR ERFOLGREICHE SPIELWAREN-TRENDS

**Stellen Sie sich vor, ein neues Spielzeug erobert die Kinderzimmer – und Sie haben es als Erster im Regal. Die Kunden stehen Schlange, die Umsätze steigen, Ihr Geschäft wird zum Trendsetter. Klingt traumhaft?**

*Die Kehrseite: Wer einen Trend verpasst, verliert Kunden an die Konkurrenz. Jeder Händler kennt es – die richtigen Trendartikel bringen volle Kassen, verpasste Chancen oder Fehlinvestitionen kosten Geld und Reputation.*



## Trends als Chance und Risiko im Spielwarenhandel

Trends entscheiden im Spielwarenmarkt oft über Erfolg oder Ladenhüter. Wer früh reagiert, sichert sich Wettbewerbsvorteile – wie beim Fidget-Spinner, der schnellen Händlern hohe Gewinne bescherte. Doch nicht jeder Hype hält, was er verspricht. Wer unüberlegt investiert, riskiert Fehlinvestitionen. Die Herausforderung: Trends gezielt nutzen, ohne ins Risiko zu gehen.



## Trends frühzeitig erkennen & testen – mit System

Diese praxisnahe Checkliste gibt Fachhändlern und Einkäufern einen klaren Fahrplan, um Trends gezielt und risikofrei zu nutzen.

- **Trends früh erkennen:** Seien Sie der Konkurrenz voraus, indem Sie neue Spielzeug-Trends rechtzeitig aufspüren.
- **Gezielt testen:** Lernen Sie, Trendartikel systematisch zu bewerten und mit kleinen Bestellungen zu erproben.
- **Fehlkäufe vermeiden:** Setzen Sie Ihr Budget klug ein und investieren Sie nur in Produkte mit echtem Potenzial.

Nutzen Sie diese Checkliste, um Trends in Umsatzmacher zu verwandeln!

**Jeder der sieben Schritte liefert praxisnahe Tipps und Beispiele, damit Sie Trends nicht dem Zufall überlassen. Nutzen Sie dieses Wissen: Erkennen Sie Trendpotenziale, testen Sie Neuheiten risikofrei und positionieren Sie Ihr Geschäft als erste Anlaufstelle für Trendspielzeug. Bereit, Trends in Umsatzmacher zu verwandeln? Dann starten wir mit Schritt 1 – und legen den Grundstein, damit Sie heute verkaufen, was morgen Trend ist!**

# SCHRITT 1:

## TREND-INFORMATIONSQUELLEN SYSTEMATISCH BEOBACHTEN



### Handlungsempfehlung

Richten Sie einen systematischen „Trend-Radar“ ein, indem Sie internationale Messen, Fachmagazine und soziale Medien regelmäßig auf neue Spielzeugtrends prüfen.



### Warum wichtig

Viele Trends starten im Ausland – wer frühzeitig darüber Bescheid weiß, hat einen Informationsvorsprung und wird nicht von plötzlich nachgefragten Produkten überrascht. So bleiben Sie der Konkurrenz einen Schritt voraus und erkennen Trendbewegungen, bevor sie den Massenmarkt erreichen.



### Beispiel

*Ein deutscher Fachhändler entdeckt auf der New York Toy Fair einen neuen Slime-Kit-Trend und liest parallel in US-Spielzeugblogs darüber. Dank dieser Vorab-Information nimmt er Slime-Bastelsets ins Sortiment, noch bevor der Trend in Europa richtig anläuft, und positioniert sich als Trendanbieter.*



### Methode / Tools

Folgen Sie internationalen Trendquellen wie der Spielwarenmesse Nürnberg, dem Toy Association Trend Report oder großen YouTube-Unboxing-Kanälen. Abonnieren Sie **Branchen-Newsletter** von Lieferanten (zB OBILO). So erhalten Sie regelmäßige Updates, ohne selbst permanent recherchieren zu müssen.

# SCHRITT 2:

## TRENDPOTENZIAL MIT DATEN ANALYSIEREN



### Handlungsempfehlung

Validieren Sie entdeckte Trends mit Daten (z. B. Google Trends, Social-Media-Signale, Verkaufscharts), um abzuschätzen, ob auch im DACH-Markt eine Nachfrage entsteht.



### Warum wichtig

Datenbasierte Analyse trennt den Hype vom echten Potenzial. So vermeiden Sie es, auf einen vermeintlichen Trend zu setzen, der nur kurzfristiger Buzz ist – und konzentrieren sich stattdessen auf Trends mit substanziellem Kundeninteresse.



### Beispiel

*Ein Einkäufer beobachtet einen aufkommenden Fidget-Spinner-Hype im Ausland und prüft Google-Trends-Daten für Deutschland. Die Suchanfragen nach „Fidget Spinner“ schießen auch hierzulande innerhalb weniger Wochen in die Höhe – ein klares Signal, das Produkt testweise ins Sortiment zu nehmen. Umgekehrt zeigt die Datenanalyse für einen anderen Trend (z. B. bestimmtes Roboter-Spielzeug) kaum Zuwachs im Suchvolumen, was ihn vor einer Fehlinvestition bewahrt.*



### Methode / Tools

Nutzen Sie **Google Trends**, um das Interesse an Schlagworten zu messen, und beobachten Sie Social-Media-Hashtags (z. B. #ToyTrend) auf Plattformen wie Instagram oder TikTok. Ein Blick auf Bestsellerlisten großer Online-Händler oder Großhändler kann ebenfalls Hinweise liefern: Wenn bestimmte Spielzeuge plötzlich in den Top-Rankings auftauchen, spricht das für einen Trend. Durch diese datengestützten Indikatoren können Sie die Erfolgchancen eines Trends im Voraus besser einschätzen.

# SCHRITT 3:

## PASST DER TRENDS ZUR EIGENEN KUNDSCHAFT?



### Handlungsempfehlung

Beurteilen Sie kritisch, ob der identifizierte Trend zu Ihrer Zielgruppe, Ihrem Geschäftsprofil und Preissegment passt, bevor Sie Ressourcen investieren.



### Warum wichtig

Nicht jeder internationale Trend zündet in jedem Laden – was anderswo ein Hit ist, könnte bei Ihrer Kundschaft vorbeigehen, wenn es nicht deren Geschmack trifft oder nicht ins Preis-Leistungs-Schema passt.



### Beispiel

*Ein Fachhändler mit Schwerpunkt auf hochwertigem Holzspielzeug stellt einen Trend zu blinkenden High-Tech-Roboterspielzeugen fest. Obwohl der Trend global stark ist, entscheidet er sich dagegen, diese ins Sortiment zu nehmen – seine vorwiegend an pädagogisch wertvollen Klassikern interessierte Kundschaft würde vermutlich kaum zugreifen. Stattdessen sucht er nach Trendartikeln, die seinen Sortimentsschwerpunkt ergänzen (z. B. ein neuer Trend bei nachhaltigen Holz-Baukits).*



### Methode / Tools

Nutzen Sie Ihr Kundenwissen und ggf. kleine Umfragen: Fragen Sie Stammkunden oder Ihr Verkaufsteam, was sie von dem Trendprodukt halten und ob sie Interesse vermuten.

Analysieren Sie Ihre Verkaufsdaten nach ähnlichen Kategorien – verkauft sich etwas Vergleichbares bereits gut? Auch ein kurzer Social-Media-Poll unter Ihren Followern kann Aufschluss geben. So stellen Sie sicher, dass der Trendartikel im richtigen Umfeld getestet wird (ggf. erst in ausgewählten Filialen mit passender Zielgruppe), anstatt blind überall auszurollen.

# SCHRITT 4:

## TRENDPRODUKT MIT KLEINER MENGE RISIKOFREI TESTEN



### Handlungsempfehlung

Führen Sie mit dem Trendartikel einen Pilotversuch im kleinen Rahmen durch – bestellen Sie eine geringe Stückzahl und platzieren Sie das Produkt in ausgewählten Geschäften oder Regalbereichen, um das Kundeninteresse zu ermitteln.



### Warum wichtig

Ein kontrollierter Testlauf mit Minimalmenge begrenzt Ihr Risiko. Falls der Trend floppt, ist der Verlust gering. Schlägt er dagegen ein, können Sie schnell nachlegen - also klein starten, schnell skalieren.



### Beispiel

*Eine Spielwaren-Filialkette möchte den Trend „Pop It“-Fidget-Spielzeuge austesten. Der Einkaufsleiter ordert zunächst nur 15 Stück eines beliebten Pop-It-Modells über einen Großhändler und verteilt sie auf zwei Test-Filialen. Dort werden die bunten Sensorik-Spielzeuge prominent an der Kasse präsentiert. Ergebnis: Innerhalb einer Woche sind fast alle verkauft – ein positives Signal, dass der Trend bei den Kunden ankommt. Da der Test mit kleinem Budget erfolgte, war das Risiko minimal, und man hat nun echte Verkaufsdaten als Entscheidungsgrundlage.*



### Methode / Tools

Suchen Sie sich Lieferanten, die kleine Mindestbestellmengen ermöglichen. Über einen spezialisierte Großhändler wie OBILO können Händler z. B. Trendartikel in sehr geringer Stückzahl beziehen – ideal, um Neuheiten erst mal im eigenen Laden auszuprobieren. Platzieren Sie den Trendartikel gut sichtbar (z. B. Aktionsdisplay oder Schaufenster) und kennzeichnen Sie ihn ggf. als „Neu“ oder „Trend“, um Aufmerksamkeit zu wecken. So erhalten Sie in kurzer Zeit ein aussagekräftiges Bild, ob das Produkt Interesse weckt.

# SCHRITT 5:

## KUNDENFEEDBACK AKTIV EINHOLEN UND AUSWERTEN



### Handlungsempfehlung

Beobachten Sie während des Testlaufs genau die Abverkäufe und holen Sie aktiv Feedback von Kunden und Ihrem Verkaufsteam zum neuen Trendprodukt ein.



### Warum wichtig

Direkte Rückmeldungen aus dem Laden helfen zu verstehen, warum ein Trendprodukt performt oder nicht. Quantitative Daten (Verkaufszahlen) zeigen ob es läuft, qualitative Rückmeldungen zeigen warum.



### Beispiel

*In einer Testfiliale mit einem neuen Sammelfiguren-Trend achtet das Verkaufsteam darauf, wie Kunden reagieren. Sie stellen fest, dass viele Kinder sofort die Demo-Figur am Eingangsbereich in die Hand nehmen und Eltern gezielt nach den Figuren fragen – ein deutliches Zeichen von Interesse. Das Team fragt einige Käufer, was ihnen daran besonders gefällt; häufiges Feedback: „Die Figuren stammen aus einer YouTube-Serie, die alle Kinder gerade schauen.“ Dieses Wissen ist wertvoll, um das Marketing beim Ausrollen anzupassen (z. B. Verweis auf die Serie).*



### Methode / Tools

Schulen Sie Ihr Verkaufspersonal, aktiv nachzufragen und Feedback zu notieren. Nutzen Sie einfache Methoden wie Feedback-Karten am Regal oder führen Sie eine kurze Umfrage über Ihre Social-Media-Seite durch, sobald ein paar Exemplare verkauft wurden. Kombinieren Sie diese qualitativen Eindrücke mit den harten Zahlen aus Ihrem Warenwirtschaftssystem. Ein Abverkauf von 80% der Testmenge in einer Woche bei überwiegend positiver Resonanz spricht für den Trend – 10% Abverkauf und lauwarmes Feedback eher dagegen.

# SCHRITT 6:

## MINI-MARKETING NUTZEN, UM DEN TREND ZU VERIFIZIEREN



### Handlungsempfehlung

Begleiten Sie den Test mit gezielten Mini-Marketingaktionen (z. B. Social-Media-Post, Schaufenster-Dekoration, Vorführung im Laden), um den Trendartikel bekannter zu machen und zu sehen, ob mit etwas Promotion die Nachfrage deutlich steigt.



### Warum wichtig

Ein neues Produkt braucht manchmal einen Schub an Aufmerksamkeit, damit Kunden es wahrnehmen. Durch kleine Maßnahmen stellen Sie sicher, dass ein möglicher Misserfolg nicht einfach an „übersehen werden“ liegt.



### Beispiel

*Ein Filialist bewirbt den Testartikel – ein neues Experimentier-Set – mit einem kurzen Instagram-Video, in dem ein Mitarbeiter das Set auspackt und vorführt. In den Tagen danach stellen die Filialen fest, dass mehrere Kunden mit dem Video auf dem Handy in den Laden kommen und gezielt nach dem Set fragen. Diese Aktion zeigt dem Händler: Liegt es am Produkt oder nur an der Bekanntheit? Im positiven Fall sorgt das Mini-Marketing dafür, dass der Trendtest sein volles Potenzial zeigt.*



### Methode / Tools

Nutzen Sie kostenlose Marketingkanäle gezielt: Ein Post auf Ihrer Social Media Seite kann neugierig machen. Auch eine kleine Instore-Aktion ist hilfreich – zB eine Spielecke, in der das Trendspielzeug ausprobiert werden kann, oder ein Gewinnspiel, bei dem das Produkt verlost wird. Für eine moderne Zielgruppe können lokale Micro-Influencer (etwa ein YouTube-Kanal einer Familie aus Ihrer Stadt) effektiv sein. Wichtig ist, den Aufwand gering zu halten – es geht um testen, nicht um eine große Kampagne. So erhalten Sie ein realistisches Bild, ob sich der Trend mit etwas Marketingunterstützung deutlich beschleunigen lässt.

# SCHRITT 7:

## ERFOLGREICHE TRENDS SKALIEREN, FLOPS SCHNELL ZURÜCKFAHREN



### Handlungsempfehlung

Treffen Sie zügig eine Entscheidung auf Basis des Tests: Skalieren Sie einen erfolgreichen Trendartikel rasch auf mehr Filialen oder höhere Stückzahlen – und beenden Sie einen erfolglosen Test konsequent, um Verluste zu begrenzen.



### Warum wichtig

Timing ist bei Trends alles. Wenn sich ein Trend als Erfolg abzeichnet, müssen Händler schnell handeln, um die hohe Nachfrage zu bedienen. Genauso entscheidend ist es aber, aus einem Flop rasch auszusteigen.



### Beispiel

*Der Test eines neuen Sammelkartenspiels verläuft sehr erfolgreich – die Testfilialen melden Ausverkäufe binnen weniger Tage. Der Einkäufer reagiert sofort und stockt die Warenmenge auf, um das Kartenspiel zeitnah in allen Filialen anbieten zu können. So nutzt er den Trend aus, solange er heiß ist, und sichert sich Marktanteile. In einem anderen Fall erweist sich ein gehyptes Elektronik-Spielzeug als Ladenhüter im Test. Der Händler zögert nicht: Er reduziert den Preis des Restbestands für einen schnellen Abverkauf und nimmt das Produkt aus dem Sortiment.*



### Methode / Tools

Pflegen Sie engen Kontakt zu Ihren Lieferanten, um im Erfolgsfall sofort nachbestellen zu können. Ein verlässlicher Partner wie OBILLO – spezialisiert auf trendige Spielwaren und flexible Nachorder – kann hier Gold wert sein, damit Nachschub und Sortimentserweiterung reibungslos klappen. Gleichzeitig sollten Sie für den Worst Case vorbereitet sein: Planen Sie frühzeitig Rabattaktionen, um Fehlprodukte schnell abzusetzen. Durch dieses proaktive Management bleibt Ihr Sortiment immer frisch und profitabel, und Sie stehen jederzeit bereit, den nächsten Trend aufzunehmen.

# BONUS:

## NÜTZLICHE QUELLEN, UM SPIELZEUG-TRENDS AUFZUSPÜREN 📊🌟

Nutzen Sie diese exklusiven Trendquellen gezielt, um keine Neuheit am Markt zu verpassen – so bleiben Sie als Erstes informiert und können Trends früh für sich nutzen:



### Messen, Fachberichte & Blogs

Besuchen Sie Leitmessen wie die **Spielwarenmesse Nürnberg** oder lesen Sie die **Trendberichte der Toy Association** (USA). Internationale Fachmagazine liefern regelmäßig Neuheiten, Hersteller-News und Trendanalysen. Auch **Lizenz-News** (z. B. kommende Filmstarts) sind wertvoll, da Film- und TV-Themen oft starke Spielzeugtrends auslösen.



### Digitale Trendtools & Marktanalysen

Nutzen Sie **Google Trends**, **Pinterest Trends** oder **TrendHunter** (Kategorie Kids/Toys), um Suchvolumen und Konsumenteninteressen zu analysieren. Auch **Bestseller-Listen** großer Online-Händler und **Crowdfunding-Plattformen** geben Hinweise darauf, welche Spielzeug-Innovationen international gefragt sind.



### Social Media & Influencer

Folgen Sie **großen YouTube-Kanälen** wie *Ryan's World* oder *SPIEL mit mir*, um aufkommende Hypes früh zu erkennen. Beobachten Sie **TikTok- und Instagram-Hashtags** wie #SpielzeugNeuheiten, #ToyTrend oder #unboxing. Auch **Influencer-Kooperationen** (z. B. mit Familienbloggern) können wertvolle Einblicke liefern und für mehr Sichtbarkeit neuer Trendartikel sorgen.



### Großhändler & Netzwerke

Bleiben Sie im Austausch mit Ihren **Lieferanten und Händler-Kollegen**. **Großhändler mit Fokus auf Trends** (wie OBILLO) informieren ihre Partner frühzeitig über angesagte Produkte und bieten Trend-Newsletter oder Bestseller-Listen an. Nutzen Sie außerdem Händler-Netzwerke oder Verbände (z. B. LinkedIn-Gruppen oder Fachforen) für wertvolle Branchen-Insights.