



PRESSEINFORMATION

Schmidt Spiele mit starkem Jahresergebnis 2025 – Umsatz um acht Prozent auf 61,5 Millionen Euro gewachsen

+++ Bereich Puzzles verzeichnete 19 Prozent Plus +++ Familien- und Kinderspiele sowie Spielzeug und Plüscht jeweils mit einem Plus von sechs Prozent +++

Berlin, Januar 2026. Schmidt Spiele blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Mit einem Gesamtumsatz von 61,5 Millionen Euro konnte der Berliner Verlag seinen Umsatz um rund acht Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern und damit seine Marktposition weiter festigen.

„Das Wachstum über alle Sortimentsbereiche hinweg bestätigt sowohl unsere strategische Ausrichtung als auch die Stärke unserer Marken und Produkte“, sagt Axel Kaldenhoven, Geschäftsführer der Schmidt Spiele GmbH. „Klassiker, starke Lizenzthemen und innovative Neuheiten greifen bei uns ideal ineinander und bilden die Basis unseres Erfolgs. Die positive Marktperformance ist vor allem dem großen Engagement unseres gesamten Teams zu verdanken, das täglich mit Leidenschaft daran arbeitet, unsere Marken zu pflegen, unser Sortiment weiterzuentwickeln, zu optimieren, erfolgreich auf den Markt und letztlich an die Konsumentinnen und Konsumenten zu bringen.“

Positive Zahlen über alle Sortimentsbereiche hinweg

Überdurchschnittlich stark wuchs der Bereich Puzzles, der um 19 Prozent zulegen konnte. Maßgeblich verantwortlich für diese Entwicklung waren die erfolgreichen Motive des Künstlers Thomas Kinkade sowie das weiter ausgebauten Segment der Graspuzzles, das sowohl im Fachhandel als auch bei Endverbraucher:innen auf große Resonanz stieß. Auch der Kernbereich Kinder- und Familienspiele erwies sich 2025 als wesentlicher Wachstumstreiber, der ein Plus von sechs Prozent verzeichnete. Zu diesem Ergebnis trugen besonders die starken Markenklassiker „Mensch ärgere Dich nicht®“ und „Kniffel®“ bei, sowie die beliebten Titel aus der „Klein & Fein“-Serie. Außerdem erzielte „Topp die Torte“, das als „Kinderspiel des Jahres 2025“ ausgezeichnet wurde, erfreuliche Verkaufszahlen. Ebenso stark wie die Kinder- und Familienspiele wuchs das Segment Plüscht und Spielzeug bei Schmidt Spiele, mit einem Umsatzplus von ebenfalls sechs Prozent. Starke Lizenzthemen, darunter Produkte zu den Universal-Charakteren sowie zu „Die Sendung mit der Maus“ erzeugten generationsübergreifend hohe Aufmerksamkeit und Kaufbereitschaft.

Veranstaltungen und Messen mit hoher Strahlkraft

Ein zentraler Baustein für die Markenpräsenz und die erfolgreiche Einführung von Neuheiten sind die vielfältigen Events, die Schmidt Spiele entweder selbst initiiert oder gemeinsam mit



starken Partnern umsetzt. Hinzu kommen zahlreiche Publikums- und Fachmessen, auf denen sich das Unternehmen präsentiert und den direkten Austausch sucht. Mit eigenen Meisterschaften in den Klassikern „Mensch ärgere Dich nicht®“ und „Kniffel®“ setzte der Verlag im letzten Jahr gezielt Highlights und rückt seine traditionsreichen Marken ins Rampenlicht. Darüber hinaus begeisterte Schmidt Spiele auf Kinderfesten und Spieleveranstaltungen generationsübergreifend für seine Produkte. Auch der Bereich Puzzles wurde zuletzt gezielt gestärkt: Seit dem vergangenen Jahr widmet der Verlag diesem Segment ein eigenes Format – die PUZZLE MASTERS in Berlin. Weitere wichtige Touchpoints waren Veranstaltungen wie die SPIEL DOCH! Dortmund; Brettspiel Con Berlin, die SPIEL Essen, die Hobbymesse Leipzig und die SPIELidee Rostock, auf denen Schmidt Spiele nicht nur mit Konsumentinnen und Konsumenten in Kontakt trat, sondern auch den Austausch mit Partnern und Spieleautorinnen und -autoren pflegte und sein Netzwerk kontinuierlich ausbaute. Abgerundet wurde der Messe- und Eventauftritt durch die Spielwarenmesse® Nürnberg Anfang 2025, auf der insbesondere die Beziehungen zu Handelspartnern weiter vertieft und strategisch gestärkt wurden.

Ausblick auf 2026

Das Jahr startet bei Schmidt Spiele mit zahlreichen Neuheiten, darunter die neue Reihe „My ArtNOBLE®“, ein Premium-Malset mit Motiven von Thomas Kinkade. Diese werden auf der Spielwarenmesse® Nürnberg 2026 vorgestellt. Und auch im Veranstaltungsbereich knüpft Schmidt Spiele nahtlos an das Vorjahr an: Bereits im Januar finden die erste offizielle Fränkische Meisterschaft im „Mensch ärgere Dich nicht®“, die Deutsche Meisterschaft in „Mensch ärgere Dich nicht®“, die Chemnitzer Spieletage sowie die 3. Landesmeisterschaft „Mensch ärgere Dich nicht® Sachsen-Anhalt statt. Es folgen zahlreiche weitere Events und Messen sowie spannende Neuheiten, insbesondere auch im Lizenzbereich – unter anderem mit der starken Marke „Bibi & Tina“, die 35-jähriges Jubiläum feiert, zu „Avatar – Der Herr der Elemente“, „Paw Patrol“ sowie dem zweiten Kinofilm von Bibi Blocksberg.

Bilderlink (Credits: Schmidt Spiele): [Jahresbilanz 2025](#)

Über Schmidt Spiele

Der Verlag Schmidt Spiele gehört zu den bekanntesten deutschen Spieleherstellern. Er umfasst die Marken Schmidt Spiele® für Puzzles, Plüschtiere, Kinder-, Familien- und Erwachsenenspiele, Drei Magier®, die für anspruchsvolle Kinderspiele steht, sowie Selecta® im Bereich Holzspielzeug. Der Grundstein für die Marke Schmidt Spiele® und das Traditionsspiel legte 1907 Josef Friedrich Schmidt mit der Erfindung des Brettspiels Mensch ärgere Dich nicht®. Weitere Klassiker sind Kniffel® und Ligretto®. Daneben umfasst das Portfolio zahlreiche preisgekrönte Kinder-, Familien- und Kennerspiele. 1997 wurde Schmidt Spiele® von der Good Time Holding GmbH mit Unternehmenssitz in Berlin übernommen.

Weitere Informationen: www.schmidtspiele.de

Pressekontakt

BISS PR & Communications GmbH & Co. KG, Kronprinzenstrasse 20, 10711 Berlin, Tel.: +49 30809333100

E-Mail: schmidtspiele@biss-pr.de, Internet: www.biss-pr.de