



„Sky Trails. Nonstop Action. Von dir gebaut“

16.09.2025 12:30 CEST

Playmobil-Innovation Sky Trails: Größte Marketingoffensive der Unternehmensgeschichte begleitet europaweiten Verkaufsstart

Mit Sky Trails hat Playmobil zum 1. September 2025 eine völlig neue Produktlinie offiziell in den Handel gebracht. Nach einer exklusiven Vorabverfügbarkeit bei Müller im August ist das Sortiment nun europaweit erhältlich. Begleitend zum Verkaufsstart ist auch die groß angelegte Marketingkampagne angelaufen – und sorgt seitdem für hohe Sichtbarkeit und starke Aktivierung über alle Kanäle hinweg.

Sky Trails steht nicht nur für eine neue Marke, sondern auch für ein völlig neues Spielprinzip, das Bauen, Action und Kreativität auf einzigartige Weise vereint. Dank des modularen Systems ist Sky Trails über das Starter Kit hinaus nahezu grenzenlos erweiterbar und ermöglicht immer wieder neue Parcours und Spielideen.

Begleitet wird der Launch von der größten und innovativsten Marketingkampagne in der Geschichte von Playmobil – mit einem vielfach höheren Mediaspending als üblich. Die crossmediale Strategie kombiniert klassische Reichweitenkanäle, digitale Plattformen und immersive Kontaktpunkte im Gaming-Umfeld. Ein starkes Signal für den Start: Sky Trails wurde kürzlich mit dem „Deutschen Spielzeugpreis 2025“ ausgezeichnet – als Gesamtsieger und Gewinner der Kategorie „Spiel & Technik“.

Bereits in der Pre-Launch-Phase ab 1. August setzte Playmobil auf digitale Aktivierung: Kooperationen mit reichweitenstarken Influencern wie Rick Azas, BastiGHG, Wichtiger, Rumathra und SkylineTV auf YouTube, Instagram und Twitch sorgten für hohe Aufmerksamkeit in der Community. Parallel dazu lief eine DOOH-Kampagne im Umfeld ausgewählter Müller-Filialen in Metropolen wie München, Stuttgart, Dortmund und Nürnberg.

Zum offiziellen Start am 1. September setzt Playmobil auf einen starken Bewegtbildfokus: Eine TV-Kampagne für Kinder von 7 bis 13 Jahren läuft bis Dezember 2025 und wird durch Online-Video in sicheren Kids-Umfeldern sowie Spots im Disney Channel ergänzt. Eine bundesweite Out-of-Home-Offensive sorgt zusätzlich für Sichtbarkeit: Großflächen und Großsäulen unter anderem in Berlin, Frankfurt, Hamburg und Köln prägen die ersten beiden Launch-Wochen. Für besondere Aufmerksamkeit sorgen spektakuläre 3D-Stunts am Münchner Stachus und im Centro Oberhausen sowie Sonderplatzierungen im Raum Nürnberg und Fürth.

Ein Highlight der Kampagne ist das eigene Roblox-Game zu Sky Trails, das durch Kooperationen mit Gaming-Influencern wie Rezon und iCrimax sowie gezieltes YouTube-Targeting unterstützt wird. Zusätzlich erfolgte eine Aktivierung innerhalb der Minecraft-Community – ein Schritt, mit dem Playmobil gezielt ältere Zielgruppen anspricht und neue Formen digitaler Markeninszenierung nutzt.

Auch im Herbst bleibt Sky Trails präsent: In TV- und CTV-Umfeldern mit hohem Co-Viewing-Potenzial – darunter Plattformen wie Amazon Prime –

sowie mit Spots in relevanten Familien- und Kinderfilmen in deutschen Kinos.

Mit dieser größten crossmedialen Mediastrategie in der Unternehmensgeschichte verzahnt Playmobil unterschiedliche Zielgruppenansprache – von Kindern über Pre-Teens bis hin zu Eltern und Schenkenden. Unter dem Claim **„Sky Trails. Nonstop Action. Von dir gebaut“** wird die neue Spielwelt cineastisch in Szene gesetzt und setzt damit neue Maßstäbe für die Markenkommunikation von Playmobil.

Seit über 50 Jahren begeistert PLAYMOBIL mit seinen vielfältigen Themenwelten Kinder und Erwachsene gleichermaßen. Im Zentrum des kreativen, vielfach ausgezeichneten Systemspielzeugs stehen die ikonischen, 7,5 cm großen PLAYMOBIL-Figuren – sie laden Kinder dazu ein, in verschiedene Rollen zu schlüpfen, spannende Abenteuer zu erleben und ihre eigene Welt zu gestalten.

PLAYMOBIL inspiriert neugierige Köpfe, ihrer Fantasie freien Lauf zu lassen, ihre Neugierde zu beflügeln und ihr Selbstbewusstsein zu stärken – mit unendlichen Möglichkeiten. Seit der Markteinführung im Jahr 1974 wurden über 3,8 Milliarden Figuren produziert. Heute ist PLAYMOBIL mit über 40 Spielthemen in rund 100 Ländern weltweit vertreten.

PLAYMOBIL ist eine Marke der Horst Brandstätter Group mit Sitz in Zirndorf bei Nürnberg. Die international tätige Unternehmensgruppe vereint unter ihrem Dach starke Marken, die für Qualität, Innovationskraft und Design stehen. Neben PLAYMOBIL gehört auch LECHUZA zur Horst Brandstätter Group – bekannt für hochwertige Pflanzgefäße mit intelligentem Bewässerungssystem.

Kontaktpersonen



PLAYMOBIL

Pressekontakt

Pressestelle

pr@playmobil.de

0911 9666-1436