



Presseinformation

VEDES schärft Markenprofil: „Spielen verbindet.“ als neuer Markenclaim

Nürnberg, 4. Februar 2026 – Mit dem neuen Claim „Spielen verbindet.“ führt die VEDES, Europas führende Handelsorganisation für Spiel, Freizeit und Familie, ein modernes und zeitgemäßes Leitmotiv ein und unterstreicht damit die konsequente Weiterentwicklung ihrer Markenkommunikation.

Mit „Spielen verbindet.“ erweitert die VEDES ihren kommunikativen Fokus über die klassische Kernzielgruppe der Kinder hinaus. Neben Familien werden gezielt auch die sogenannten Kidults angesprochen. Spielen wird dabei als verbindendes Element verstanden, das Generationen, Lebenswelten und Menschen miteinander vereint.

Zugleich greift der neue Markenclaim eine gesellschaftliche Entwicklung auf: In einer zunehmend digitalen Welt gewinnt analoges Spielen als sozialer, kreativer und gemeinschaftsstiftender Gegenpol immer mehr an Bedeutung.

„Digitale Spielangebote prägen heute unseren Alltag, während wir gleichzeitig eine zunehmende Vereinsamung beobachten. Vor diesem Hintergrund ist ‚Spielen verbindet.‘ ein bewusst starkes Markenstatement. Das haptische Spielerlebnis lässt sich insbesondere in der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen nicht ersetzen. Es fördert Kreativität, soziale Kompetenzen und stärkt die Gemeinschaft – im familiären Umfeld ebenso wie in der Gesellschaft insgesamt“, erklärt Anke Gaab, Marketingleiterin der VEDES.

„Spielen verbindet.“ richtet sich dabei nicht ausschließlich an Endverbraucher. Der Claim bringt zugleich die Gemeinschaft in der Verbundgruppe zum Ausdruck und steht für die enge und partnerschaftliche Verbindung zwischen Herstellern, Fachhändlern und der VEDES Zentrale.

Erstmals präsentiert wurde der neue Markenclaim vor wenigen Tagen auf der 75. Spielwarenmesse in Nürnberg. Dort machte die VEDES ihren neuen Markenauftritt unmittelbar erlebbar: Mit eigens gestalteten Community-T-Shirts und einem als VEDES Fanshop konzipierten Messestand wurde „Spielen verbindet.“ sichtbar. Auch die VEDES Markenpartner konnten sich vor Ort ihr persönliches VEDES Fanshirt sichern und damit ein bewusstes Zeichen für Gemeinschaft, Identifikation und Verbundenheit setzen.

In den kommenden Monaten plant das VEDES Marketing den internen wie externen Roll-out des neuen Markenclaims. Ziel ist es, das Markenprofil konsequent weiterzuentwickeln und die VEDES als lebendige Community nachhaltig zu stärken.