



## **Bestnoten für die Spielwarenmesse 2016**

- Höchste Zufriedenheit bei allen Messebeteiligten
- Begeisterung der Besucher über hohen Innovationsgrad

Innovationen, Informationen und Interaktionen – die Spielwarenmesse präsentierte den Fachhändlern ein breitgefächertes Programm und konnte vor allem ihrem Wunsch nach wahren Produktneuheiten Rechnung tragen. Damit erhielt das Angebot so gute Beurteilungen wie noch nie. Insgesamt 71.000 Fachbesucher (2015: 70.084) aus 125 Nationen schätzten die kreativen Ideen der Hersteller und orderten mehr als im Vorjahr. Das spürten die 2.851 Firmen (2015: 2.857), die aus 67 Ländern nach Nürnberg gereist waren, um ihr Geschäft weltweit auszubauen.

Dieses Jahr kamen mehr Fachbesucher aus Asien, Amerika und Afrika. Aber auch viele europäische Länder, wie beispielsweise Großbritannien, Italien oder die Niederlande konnten punkten. Die Verweildauer der ausländischen Besucher betrug im Durchschnitt 2,5 Tage und war somit konstant. Erfreulich stabil blieb ebenso die Zahl der deutschen Gäste. „An den ersten drei Messetagen war der Zustrom an Besuchern auf unserem Stand so stark, dass er kaum zu bewältigen war“, schildert Uwe Weiler, COO der Simba Dickie Group, seine Eindrücke. Nach Meinung von Florian N. Lipp, Marketing & Business Development der Firma Craze, hat auch die Qualität der Besucher deutlich zugenommen: „Ein hoher Anteil der Entscheider aller großen internationalen Handelsketten besuchte die Messe.“

Die Hersteller begrüßten zudem das wachsende Orderverhalten auf der Spielwarenmesse, die über den gesamten Zeitraum in allen Befragungen Spitzenwerte erzielt hat. Mit dem Gesamteindruck der Veranstaltung waren 78,8 Prozent der Besucher (2015: 76,9 Prozent) und 83,1 Prozent der Aussteller (2015: 81 Prozent) ausgesprochen zufrieden. Der Ablauf gestaltete sich reibungslos, die Stimmung in den Hallen war bestens. Einig sind sich Handel und Industrie auch bei der Frage nach der Wiederbeteiligung. So planen 91 Prozent (2015: 90 Prozent) der Aussteller und 81,2 Prozent (2015: 80,2 Prozent) der Einkäufer, die Vermarktungsplattform auch im Jahr 2017 für ihren Geschäftserfolg zu nutzen.



Denn auf keiner anderen Spielwarenfachmesse der Welt werden so viele Neuheiten und Trends zur Schau gestellt, wie in Nürnberg. Einer großen Nachfrage erfreuten sich die in der TrendGallery ausgestellten Produkte, welche drei Trendströmungen zugeordnet sind: Train your Brain (Gehirnjogging für Kinder), Everyday Hero (Spielende Alltagshelden) und Design to Play (Spielzeug als Designobjekt). Mit dabei war die Winzki GmbH & Co. KG, die von der Präsentationsfläche in Halle 3A profitierte. „Jeder weiß, dass man hier Geschäfte mit Spielen macht – und jetzt habe ich erlebt, dass man hier auch spielend Geschäfte macht“, so Erstaussteller Rainer Brang.

Orientierung im Produktdschungel bietet Händlern auch die Auszeichnung der Spielwarenmesse. „Der ToyAward ist für uns das Wunder, welches vom Himmel fiel“, sagt Splash Toys-Managing Director Marcus Abt, der als deutscher Vertriebspartner des Herstellers Zuru am Gewinn partizipierte. „Das Unternehmen ist stolz, den ersten Award in Europa ausgerechnet in Deutschland erhalten zu haben.“ Insgesamt bekamen vier Produkte in vier Kategorien die begehrte Auszeichnung. Sie setzten sich unter den 616 Einreichungen (2015: 601) durch – eine erneute Rekordbeteiligung.

Mit Volldampf voran ging es auf der Spielwarenmesse außerdem für die Modelleisenbahnbranche, die in Feierstimmung war. „Das Highlight war die Modelleisenbahner-Party, auf der Handel, Industrie und Presse zusammengekommen sind und außerhalb der Messehaktik gute Gespräche führten“, betont Jörg Vallen, Geschäftsführer der Firma Busch GmbH & Co. KG, als einer der Träger der Veranstaltung. Die Modellbahnaussteller luden in Kooperation mit dem Messteam ins NCC Ost ein und begrüßten rund 500 Gäste.

Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG, zieht ein positives Gesamtresümee: „Auch für uns als Organisator war es eine der besten Spielwarenmessen, denn Qualität und Quantität stimmten. Wir freuen uns auf eine Fortsetzung im nächsten Jahr.“ Dann findet der Branchenevent vom 1. bis zum 6. Februar 2017 statt.

1.2.2016 – sw



Presseinformationen: [www.spielwarenmesse.de/pk](http://www.spielwarenmesse.de/pk)

ToyAward: [www.toyaward.de](http://www.toyaward.de)

Fotomaterial: [www.spielwarenmesse.de/fotos](http://www.spielwarenmesse.de/fotos)

O-Töne: [www.spielwarenmesse.de/radio](http://www.spielwarenmesse.de/radio)

TV Footage: [www.spielwarenmesse.de/tv](http://www.spielwarenmesse.de/tv)

Newsroom Spielwarenmesse eG: [www.spielwarenmesse-eg.de/newsroom](http://www.spielwarenmesse-eg.de/newsroom)

**Spielwarenmesse®**

Der Messe- und Marketingdienstleister Spielwarenmesse eG veranstaltet die Spielwarenmesse®, die international führende Leitmesse für Spielwaren, Hobby und Freizeit. Die Fachhandelsmesse schafft eine umfassende Kommunikations- und Orderplattform für 2.800 nationale und internationale Hersteller. Die Neuheitenpräsentation und der umfassende Branchenüberblick bilden für 71.000 Einkäufer und Fachhändler aus über 120 Nationen einen wertvollen Informationspool für die jährliche Marktorientierung. Seit 2013 ist die Bezeichnung Spielwarenmesse® auch als Wortmarke in Deutschland geschützt.

Messetermin: Spielwarenmesse® Mittwoch bis Montag, 1.2. – 6.2.2017