



Spielwarenmesse ist der Impulsgeber der Branche

Die Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg 2011 signalisiert, die Spielzeugindustrie ist weiter im Aufschwung. Nach einem starken Geschäftsjahr war die Branche voller Optimismus und bereit für Neuheiten und Ideen. Die Leitmesse setzte mit ihrem Wissens-, Innovations- und Netzwerkprogramm vom 3.- 8. Februar 2011 zahlreiche Impulse und erhielt eine außerordentlich positive Beurteilung. Insgesamt kamen 79.000 Besucher nach Nürnberg (2010: 76.637).

Der Anteil der internationalen Fachbesucher stieg auf 54 Prozent (2010: 53 Prozent). Aus Italien, Frankreich, Niederlande, Spanien und Großbritannien kamen die meisten ausländischen Gäste, gefolgt von Russland, das erstmals unter den zehn stärksten Besucherländern vertreten war. Auch der hohe internationale Anteil an Ausstellern mit 69 Prozent beweist, dass die Spielwarenmesse der dominierende Treffpunkt der Branche ist. Das unterstreicht auch Nico Blauw, Geschäftsführer von Upper Deck International B.V.: „Die Internationalität der Fachbesucher ist in Nürnberg sehr hoch. Anders als etwa in New York, wo hauptsächlich Besucher aus den USA und Kanada anwesend sind, treffen wir auf der Spielwarenmesse unsere Kunden aus aller Welt.“ Genauso sieht das Mark Hoijtink, General Manager Northern Europe Hasbro: „In Nürnberg tritt Hasbro mit einem Team von mehr als 200 Vertriebs-, Marketingdirektoren und Verkaufsleitern auf. Da wir in Osteuropa, im Mittleren Osten und in Afrika wachsen, steigt mit zunehmender Internationalisierung auch die Bedeutung der Spielwarenmesse für uns.“

Unternehmen, die ihren Fokus auf Nürnberg legen, investierten verstärkt in ihr Standkonzept. So auch die Lego GmbH: „Die hohe Bedeutung der Spielwarenmesse hat nochmals zugenommen und zwar weltweit“, betont Geschäftsführer Dirk Engehausen. Die Ausstellerpräsentationen und der neue Eingang Mitte des Messezentrum Nürnbergs ließen die Spielwarenmesse ganz frisch erstrahlen.

Frische Farbe brachte auch das Sonderthema Toys go green – natürlich spielen! in die Messediskussion. Sowohl Aussteller als auch Händler erhielten zahlreiche Impulse, wie sie die Wertschöpfungskette nachhaltiger umsetzen können. Über die Hälfte der Fachbesucher bewerteten die Aufmachung der Themeninseln mit gut oder sehr gut. Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG,



machte deutlich, dass Toys go green der erste Schritt eines Prozesses ist, den die Messeveranstalter auch über die nächsten Jahre fortsetzen werden.

Zum umfangreichen Wissensangebot ToyKnowHow zählten neben Toys go green auch das Toy Business Forum und der 2. Internationale Spielwarenkongress. Besondere an den Trend- und Marktthemen waren die Besucher im Toy Business Forum stark interessiert. Der Kongress, der am 08.02.2011 zu Nachhaltigkeit, Spielzeugsicherheit, Soziale Netzwerke und Online-Marketing stattfand, meldete rund 200 Teilnehmer (2010: 110).

Bemerkenswert war während der Spielwarenmesse, dass Einkäufer und Händler 2011 verstärkt nach Neuheiten suchten, was sowohl die Besucherumfrage als auch das stark frequentierte InnovationCenter zeigte. Viele Fachbesucher verschafften sich auf der Präsentationsfläche einen Überblick über die neuesten Produkte. Gleichzeitig wählten sie erstmals unter den fünf Kategorien des ToyAwards den Hauptgewinner: Stack `N` Spray Fountain von Yookidoo in der Kategorie Baby&Infant (0-2 Jahre) gewann die meisten Stimmen und als Preis 20.000 Euro für den Springbrunnen für Kleinkinder. Die bunten Schalen lassen sich unterschiedlich kombinieren, wodurch sich die Fontänen verändern. Das Angebot in der neu integrierten Produktgruppe Baby- und Kleinkindartikel bewerteten die Fachbesucher außerordentlich gut.

Insgesamt bestätigten sowohl die Aussteller als auch die Fachbesucher die Weiterentwicklung der Spielwarenmesse als durchweg positiv. Peter Broegger, Geschäftsführer Mattel GmbH fasste seine Eindrücke von der Spielwarenmesse zusammen: „Mit dem anhaltenden Erfolg der Nürnberger Spielwarenmesse und ihrer Fähigkeit sich selber zu erneuern, hat sie sich einmal mehr als die wichtigste Spielwarenmesse für Mattel positioniert.“

Die Spielwarenmesse ist für 2012 bereits jetzt gut gerüstet. Von den Fachbesuchern bestätigten 87 Prozent und von den Ausstellern 92 Prozent ihre Wiederbeteiligungsabsicht. Im nächsten Jahr findet die Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg von Mittwoch 01.02.2012 bis Montag 06.02.2012 statt. Mit der Vorverlegung der Messelaufzeit bietet der Messeveranstalter den internationalen Fachbesuchern gezielt mehr zusammenhängende Werktage.

08.02.2011 – km



Spielwarenmesse
International Toy Fair
Nürnberg
03.02.–08.02.2011

Informationen zur Spielwarenmesse 2011 im Internet:

Hauptgewinner des ToyAward: www.toyaward.de
Presse-Informationen: www.spielwarenmesse.de/pk
Fotomaterial: www.spielwarenmesse.de/photos
O-Töne: www.spielwarenmesse.de/radio
TV Footage: www.spielwarenmesse.de/tv

Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg

Der Messe- und Marketingdienstleister Spielwarenmesse eG veranstaltet die Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg, die international führende Leitmesse für Spielwaren, Hobby und Freizeit. Die reine Fachhandelsmesse schafft eine umfassende Kommunikations- und Orderplattform für 2.700 nationale und internationale Hersteller. Die Neuheitenpräsentation und der umfassende Branchenüberblick bilden für rund 76.000 Einkäufer und Fachhändler aus über 100 Nationen einen wertvollen Informationspool für die jährliche Marktorientierung.

Messetermine

62. Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg: Donnerstag 03.02. – Dienstag 08.02.2011
63. Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg: Mittwoch 01.02. – Montag 06.02.2012