

**Auftakt zum wichtigsten Branchentreffpunkt des Jahres:  
Innovationen, Experten und Erlebnis auf der Spielwarenmesse  
2017**

- Bestmarke: 2.871 Aussteller aus aller Welt zu Gast in Nürnberg
- Futuristische Aktionsfläche Tech2Play animiert zum Mitmachen
- Tipps für das komplette Verkaufsteam im Toy Business Forum

Die Spielwarenmesse verdeutlicht in ihrer 68. Ausgabe ihre enorme, internationale Strahlkraft. Als weltweit bedeutendste Veranstaltung der Branche bietet sie den Marktentscheidern vom 1. bis zum 6. Februar 2017 einen umfassenden Überblick und Zugang zu den neuesten Trends. Über 70.000 Fachbesucher aus rund 120 Ländern werden auf dem Messegelände in Nürnberg erwartet. Sie stehen 75.000 Neuheiten gegenüber – so vielen wie auf keiner anderen Spielwarenfachmesse. Ein Höchstergebnis ist auch auf Ausstellerseite zu verzeichnen: 2.871 Unternehmen (2016: 2.851) mit einem Auslandsanteil von 74,0% (2016: 72,6%) halten das breite Angebot aus den Bereichen Spiel, Hobby und Freizeit bereit. Beste Orientierung bei der Produktauswahl verschafft die Weltleitmesse anhand der drei Trends „Body and Mind“, „Girl Power“, „Swap & Collect“, dem ToyAward sowie der Aktionsfläche Tech2Play und der Sonderfläche Baby- und Kleinkindartikel. Durch das praxisnahe Programm im Toy Business Forum und die langfristig angelegte Kooperation mit dem Lizenzverband LIMA wird darüber hinaus wertvolles Expertenwissen für den Geschäftsalltag vermittelt.

**Immer einen Schritt voraus**

Ob Aussteller und Besucher, Angebot oder Fläche – im Vergleich zum internationalen Wettbewerb hat die Spielwarenmesse in jedem Punkt die Nase vorn, wie der Blick auf die Zahlen und Fakten belegt. Um den hohen Anforderungen des Marktes, aber auch den eigenen Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, bietet die Veranstaltung 2017 den Fachbesuchern viele Highlights. Eines davon ist die Aktionsfläche Tech2Play in Halle 4A, mit der die Messe einmal mehr ihr Gespür für die Produkte von morgen zeigt. Auf

400 m<sup>2</sup> finden sich die neuesten technologischen Spielwaren in fünf Kategorien: „Electronic Pets“, „Robot Toys“, „RC Drones“, „Virtual Play“ und „3D Printing“. Die verschiedenen Themeninseln im modernen schwarz-weißen Design laden zum Mitmachen und Erleben ein.

### **Die Jüngsten im Blick**

Ebenfalls ein Hingucker ist die neue Sonderfläche im Bereich Baby- und Kleinkindartikel. Zwischen den Hallen 2 und 3 veranschaulicht sie das umfassende Angebot der gefragten Produktgruppe in sechs Bereichen: Babyspielzeug, Textile Babyausstattung, Transportmittel, Pflege & Ernährung, Wohnen und Sicherheit sowie Lizenzartikel. Eine treffende Positionierung, denn in den umliegenden Hallen stehen Kleinkindspielzeug und branchennahe Sortimente im Fokus. In der lichtdurchfluteten Passage erhalten Händler viel Inspiration zu dem attraktiven Zusatzsortiment, das sich individuell für zahlreiche Geschäftsmodelle eignet. Zudem ist eine Ruhezone mit Gastronomie integriert.

### **Trends, Trends, Trends**

Als das Schaufenster für Trends auf der Spielwarenmesse gilt die Halle 3A. Besondere Produktideen halten hier die Erstausteller im New Exhibitor Center (NEC) oder der Gemeinschaftsstand der Jungen Innovativen Unternehmen bereit, der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wird. In der TrendGallery ([www.spielwarenmesse.de/trendgallery](http://www.spielwarenmesse.de/trendgallery)) gleich nebenan werden die drei Strömungen lebendig, die das zehnköpfige TrendCommittee der Spielwarenmesse weltweit identifiziert hat: „Body and Mind“ beschäftigt sich auf spielerische Weise mit dem Ausgleich von Körper und Geist im oft stressigen Alltag der Kinder, während „Girl Power“ Mädchen dabei unterstützt, sich auszuprobieren und selbstbewusst ihre Ziele zu verfolgen. Und „Swap & Collect“ bringt dank neuer Komponenten, wie z. B. Lizenzen, frischen Wind in das klassische Tausch- und Sammelthema.

### **Rekordbeteiligung am ToyAward**

Im Rahmen der TrendGallery, die auf einer Gesamtfläche von rund 1000 m<sup>2</sup> im neuen Look erscheint, sind auch die Gewinner und Nominierten des ToyAwards ausgestellt. Die erneut gestiegene Beteiligung zeigt den hohen Stellenwert der Auszeichnung für die weltweite Spielwarenbranche. Für den ToyAward 2017 reichten 361 Unternehmen (2016: 344) insgesamt 635 Produkte (2016: 616) ein. Die vier altersgruppenspezifischen Kategorien wurden leicht den Marktveränderungen angepasst. So wird die Altersgruppe ab 10 Jahren als Teenager&Adult definiert, anstatt wie bisher Teenager&Family. Die fachkundige Jury hat zwölf Produkte ausgewählt. Sie überzeugen in den Punkten Spielspaß, Originalität, Sicherheit, Verarbeitung & Qualität, Verständlichkeit des Produktkonzepts und Erfolgspotenzial im Markt. Die Preisverleihung findet auf der Eröffnungsfeier der Spielwarenmesse am 31. Januar 2017 statt.

### **Lizenzen in neuer Dimension**

Vorhang auf heißt es in Nürnberg auch für das Thema Lizenzen. In allen zwölf Produktgruppen bekommen Fachbesucher einen breiten Überblick über die neuesten Lizenzrends und lizenzierten Spielwarenprodukte auf internationaler Ebene. Darüber hinaus zeigt erstmals die International Licensing Industry Merchandisers' Association (LIMA) Präsenz auf der Spielwarenmesse mit einem Stand im Foyer der Halle 12.0 und ist Anlaufstelle für Lizenzgeber und -nehmer. LIMA-Chef Charles Riotto aus den USA und sein deutscher Kollege Peter Hollo gehören zu den Referenten im Toy Business Forum (Halle 3A). Denn das Vortragsareal steht am Donnerstag, den 2. Februar 2017, ganz unter dem Motto: „Let's License – Lizenzen rocken das Geschäft“.

### **Kompakte Wissensvermittlung**

Die Themenschwerpunkte der anderen Tage gehen ebenfalls gezielt auf die aktuellen Bedürfnisse der Fachhändler ein. National und international renommierte Experten, wie Reyne Rice aus New York, berichten vom 1. bis zum 5. Februar 2017 im Toy Business Forum zwischen 13.00 und 15.00 Uhr über die neuesten Trends und Entwicklungen der Branche. Alles zu den „Trends im Handel“ erfahren Besucher bereits am ersten Messetag. Am

Freitag erfolgt „Der Blick über den Tellerrand“ mit Informationen zur cleveren Sortimentspolitik. Eine Besonderheit im Programm: Mit der „Toy Business Academy“ richtet sich der Verkaufstrainer Jörg Winter am Messesamstag direkt an das Fachpersonal. Abschließend geht es um den „Erfolg mit neuen Ideen“ im Handel. Eine ausführliche Übersicht erfolgt unter [www.spielwarenmesse.de/toybusinessforum](http://www.spielwarenmesse.de/toybusinessforum).

Somit erhalten Fachhändler und Einkäufer aus der ganzen Welt auf der Spielwarenmesse 2017 alle notwendigen Impulse von Produkt- und Handelsseite, um sich neue Ideen für ihr Tagesgeschäft zu holen und den wachsenden Anforderungen des Marktes gerecht zu werden.

Textlänge: 6.277 Zeichen

Hinweis für Redaktionen: Abdruck honorarfrei. Bildmaterial steht Ihnen unter [www.spielwarenmesse.de/fotos](http://www.spielwarenmesse.de/fotos) zur Verfügung. Bitte lassen Sie uns nach Veröffentlichung ein Belegexemplar zukommen.

26.1.2017 – sw

**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 70.000 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. – 6. Feb 2017