



69. Spielwarenmesse startet mit Ausstellerrekord, Produktinnovationen und individuellem Fachbesucherangebot

- Absolute Bestmarke: 2.902 Unternehmen aus 68 Ländern vor Ort
- Navigator für Neuheiten: Von der TrendGallery ins Lizenzparadies
- Zukunftsweisende Impulse: Sonderschauen und Wissensvermittlung

Als größte und bedeutendste Branchenveranstaltung des Jahres bringt die Spielwarenmesse vom 31. Januar bis zum 4. Februar die Entscheider aus aller Welt zusammen. Den wichtigen Stellenwert unterstreicht gleich zu Beginn eine Rekordzahl: 2.902 Aussteller – und damit 31 mehr als im Vorjahr – zeigen auf dem Nürnberger Messegelände ihre vielseitigen Produktideen für die kommende Saison. Der Auslandsanteil liegt bei 75,1% (2017: 74,0%). Eine noch höhere Internationalität wird auf Besucherseite erwartet. Die Händler und Einkäufer treffen auf die neuesten Entwicklungen aus den Bereichen Spiel, Hobby und Freizeit, wobei ihr Hauptinteresse der Suche nach Neuheiten gilt. Orientierung bei 1 Million ausgestellten Produkten bieten die Trends „Explore Nature“, „Just for Fun“ und „Team Spirit“ sowie die Nominierten und Gewinner des ToyAwards. Darüber hinaus trägt ein informatives Rahmenprogramm, das auf die Anforderungen der einzelnen Marktsegmente zugeschnitten ist, zu einem erfolgreichen Messeverlauf bei.

Internationales Flair

Auf ihrer Erkundungstour über die Spielwarenmesse steht Besuchern eine Fläche von 170.000 m² zur Verfügung. Dabei vereint der Veranstalter eine konstant hohe Qualität mit einem umfangreichen internationalen Angebot. 16 Länderpavillons sind diesmal in den einzelnen Hallen vertreten. Zu den Neuzugängen zählen Georgien, Russland und Spanien. Der nach wie vor größte Gemeinschaftsstand Best of China wartet in Halle 11.0 mit einem überarbeiteten Standbaukonzept auf. Ebenso viel Inspiration für die Produktsuche versprechen in Halle 3A die Erstaussteller im New Exhibitor Center (NEC) und der Gemeinschaftsstand der Jungen Innovativen Unternehmen (JIU), der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wird.



Wegweisende Trends

Gleich nebenan befindet sich auf rund 1.000 m² die TrendGallery. Sie erscheint in neuem ansprechendem Design und ist für das innovationsbegeisterte Fachpublikum die zentrale Anlaufstelle. Die drei Trendthemen der Spielwarenmesse, die das zehnköpfige TrendCommittee weltweit ermittelt, werden hier erlebbar gemacht: Bei „Explore Nature“ geht es darum, die Tier- und Pflanzenwelt zu entdecken. „Just for Fun“ verkörpert Spiele mit einem großen Spaßfaktor – ohne den pädagogischen Zeigefinger zu erheben. Und die Produkte rund um den Trend „Team Spirit“ führen gemeinsam zum Spielsieg, anstatt allein.

Begehrter Branchenpreis

In die TrendGallery eingebunden sind die Sieger und Nominierten des ToyAwards. Er wird von einer fachkundigen Jury in vier Kategorien vergeben: Baby & Infant, PreSchool, SchoolKids und Teenager & Adults. Zu den Kriterien zählen Originalität, Sicherheit, Verarbeitung sowie Qualität. Und natürlich kommt auch der Spielspaß nicht zu kurz. Die hohe Beteiligung hat einmal mehr den Stellenwert der international anerkannten Auszeichnung unterstrichen: Für den ToyAward 2018 reichten 397 Unternehmen (2017: 361) insgesamt 643 Produkte (2017: 635) ein – so viele wie noch nie. Die Gewinner werden auf der Eröffnungsfeier der Spielwarenmesse am 30. Januar bekanntgegeben.

Sonderschauen schaffen Mehrwert

Drei Sonderschauen liefern Impulse zur Erweiterung des Sortiments und bieten lukrative Zusatzumsätze. Premiere feiert dabei „Toys meet Books“. An hochfrequentierter Position mit Nähe zum Eingang Mitte führen zwölf Aussteller vorwiegend Buchhändler aus dem deutschsprachigen Raum an die Spielware heran. Vorträge, ein Produkt-Guide und Führungen runden das Konzept ab. Darüber hinaus werden zwei in 2017 erfolgreich eingeführte Areale fortgeführt. Die Aktionsfläche Tech2Play in Halle 4A umfasst elektronische Spielwaren in vier aktualisierten Kategorien: „Robot Toys“, „Virtual Play“, „RC Toys“ und „Electronic Learning“. Viel Inspiration für attraktive Zusatzsortimente im Bereich der Jüngsten hält wieder die Sonderfläche Baby- und Kleinkindartikel zwischen den Hallen 2 und 3 bereit.



Plattform für Lizenzbranche

Auch das Thema Lizenzen nimmt auf der Spielwarenmesse einen hohen Stellenwert ein und ist in allen Produktgruppen präsent. Walking Acts und attraktive Sonderplatzierungen, z. B. von der Walt Disney Company, tragen zum Erlebnisbesuch bei. Des Weiteren baut die Spielwarenmesse die langfristig angelegte Kooperation mit der International Licensing Industry Merchandisers' Association (LIMA) aus und hat für deren Mitglieder ein neues Angebot im Programm: die LicensePreview. Große Studios wie CPLG (Paramount Pictures), Fox Consumer Products und NBC Universal nutzen die Möglichkeit, ausgewählte Geschäftskontakte einzuladen, um ihnen exklusiv die neuesten Themen zu präsentieren. Der LIMA-Stand im Foyer der Halle 12.0 bietet erneut eine zentrale Anlaufstelle. Verbandschef Charles Riotto ist am 31. Januar im Toy Business Forum anzutreffen, wo er über „Weltweite Lizenzrends“ referiert.

Know-how für den Geschäftsalltag

In dem Wissensforum in Halle 3A geben am ersten Messetag weitere Trendexperten Einblicke in zukunftsrelevante Branchenthemen. Am Donnerstag dreht sich alles rund um die Digitalisierung im Handel, während einen Tag später alles im Zeichen von „Multichannel“ steht. Am Wochenende runden Präsentationen über Ein- und Verkauf sowie kreative Marketingkonzepte das Programm ab. Die kostenfreien Vorträge vermitteln den Fachbesuchern wertvolles Know-how für ihren Geschäftsalltag und finden täglich von 13 bis 15 Uhr statt. Im Anschluss daran stellen abwechselnd die TrendCommittee Mitglieder Reyne Rice aus den USA und Dr. Maria Costa aus Spanien die drei Trendströmungen näher vor.

Informationen aus erster Hand

Eine gute Übersicht über das Programm und alle anderen Serviceleistungen der Spielwarenmesse bietet die überarbeitete App. Dank regelmäßig aktualisierter Inhalte aus der Spielwarenbranche ist sie das ganze Jahr über ein ständiger Begleiter, hilft bei der Planung und leistet Unterstützung vor Ort. Das integrierte Online-Magazin „Spirit of Play“ liefert dazu täglich Expertenwissen. Die gleichnamige Printausgabe, die im Vorfeld der Messe erscheint, ist das größte B2B-Spielwarenmagazin weltweit und das einzige mit globaler Verbreitung.



Abgerundet wird der ganzjährige Informationsfluss durch das kontinuierliche Bespielen aller gängigen Social-Media-Kanäle, die Lust auf das Live-Event Spielwarenmesse machen.

Denn nur in Nürnberg erleben Händler und Einkäufer aus der ganzen Welt die komplette Branchenvielfalt. 2018 haben sie wieder die Möglichkeit, mit innovativen Produkten ihr Sortiment zu ergänzen, ihr Branchen-Know-how aufzufrischen und neue Impulse für ihren Geschäftsalltag zu erlangen.

Textlänge: 6.528 Zeichen

Hinweis für Redaktionen: Abdruck honorarfrei. Bildmaterial steht Ihnen unter www.spielwarenmesse.de/media zur Verfügung. Bitte lassen Sie uns nach Veröffentlichung ein Belegexemplar zukommen.

25.1.2018 – 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 über 2.850 nationale und internationale Hersteller. Die Neuheitenpräsentation und der umfassende Branchenüberblick bilden für 73.000 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 Sonntag, 31. Jan – 4. Feb 2018