



## 69. Spielwarenmesse behauptet weltweite Spitzenposition:

### Internationales Wachstum auf Aussteller- und Besucherseite

- Qualitativ hochwertiges Fachhändleraufkommen aus 129 Ländern
- Optimistischer Start für das Geschäftsjahr 2018

Der internationale Anteil an der Spielwarenmesse steigt stetig an: Vom 31. Januar bis zum 4. Februar waren 2.902 Unternehmen aus 68 Ländern (2017: 63) auf dem Nürnberger Messegelände vertreten, um Händlern und Einkäufern aus der ganzen Welt ihre Produkte zu zeigen. 71.000 Fachbesucher würdigten die hohe Innovationskraft, wobei auch hier die Länderanzahl auf einen Rekordwert anstieg: 129 Nationen (2017: 123) konnte die Spielwarenmesse eG als Veranstalter während der gesamten Laufzeit begrüßen und bot ihnen neben Trends und Neuheiten ein individuell zugeschnittenes Rahmenprogramm.

63 Prozent der Besucher kommen aus dem Ausland. Asien, Osteuropa und Südamerika sind die Kontinente mit den höchsten Wachstumsraten. Die Verweildauer ist trotz Verkürzung der Messelaufzeit um einen Tag stabil geblieben. Im Durchschnitt reisen internationale Gäste für 2,8 Tage an. Dabei stimmt die Qualität – 86 Prozent von ihnen treffen Einkaufsentscheidungen. Einer davon ist Stephen Watson, Category Buyer Toys von der australischen Warenhauskette Myer: „Wir haben eine weite Anreise und gerade deshalb ist es toll, alles an einem Ort vorzufinden. Auf keiner anderen Messe gibt es so viele Menschen, Lieferanten und Ideen.“ Der wichtigste Grund für einen Besuch auf der Spielwarenmesse ist die Suche nach Neuheiten, gefolgt von der Anbahnung neuer Geschäftsverbindungen und der allgemeinen Marktorientierung. 83 Prozent planen im nächsten Jahr wiederzukommen.

Große Zustimmung herrscht auch seitens der Aussteller. „Sowohl mit der Organisation als auch mit der Besucheranzahl sind wir sehr zufrieden“, sagt Aydın Özdemir, General Manager des türkischen Herstellers Selay Toys. Ebenso positiv äußert sich Zapf Creation-Vorstand Thomas Eichhorn über das wichtigste Branchenevent: „Nur die Spielwarenmesse gibt uns die Möglichkeit, uns frühzeitig mit unseren internationalen Partnern und Distributoren intensiv



auszutauschen und strategische Weichenstellungen zu initiieren. Die Stimmung war dabei in diesem Jahr besonders gut.“ Derselben Meinung ist Richard Dickson. Für Mattels President and Chief Operating Officer hat die 69. Spielwarenmesse eine besondere Anziehungskraft: „Energie, Kreativität und Unternehmergeist – das sind die drei Dinge, die ich aus Nürnberg mit nach Hause nehme.“

Für Begeisterung beim Fachhandel hat das Rahmenprogramm der Spielwarenmesse gesorgt. Die Aktionsfläche für elektronische Spielwaren, Tech2Play, sowie die Sonderfläche Baby- und Kleinkindartikel wurden erfolgreich fortgeführt und haben durchweg guten Zuspruch erfahren. Die Sonderschau Toys meet Books feierte bei der angepeilten Zielgruppe, dem Buchhandel, erfolgreich Premiere. Vor allem die Vorträge und täglich geführten Touren fanden Anklang, wie Geschäftsführer Christian Schäfer von der teilnehmenden Firma DeCoSeo bestätigt: „Auf unseren Stand kamen zahlreiche Fachbesucher, die sehr interessiert und fokussiert waren.“

Weitere Inspiration hat den Händlern und Einkäufern die neu gestaltete TrendGallery in Halle 3A geliefert. Neben den drei Trendthemen der Spielwarenmesse – „Explore Nature“, „Just for Fun“ und „Team Spirit“ – wurden hier die Nominierten und Gewinner des ToyAward präsentiert. Die Jury wählte aus 643 Einsendungen (2017: 635) die Sieger in vier Kategorien. Für Silverlit-Chairman Kevin Choi, der mit dem „Robo Chameleon“ punkten konnte, hat die Auszeichnung einen hohen Mehrwert: „Dieser Preis ist eine wirkliche Anerkennung für unser Unternehmen und ein großer Ansporn für die Zukunft.“

Die kommende Spielwarenmesse findet vom 30. Januar bis zum 3. Februar 2019 statt und bringt Umstrukturierungen in einzelnen Bereichen mit sich. So werden Modelleisenbahnen und Modellbau in Halle 7A zusammengefasst. Die Zusammenführung begrüßt auch Geschäftsführer Dr. Rainer Noch: „Die Produkte sind artverwandt, die Zielgruppenansprache ist fast identisch – daher macht es durchaus Sinn, gemeinsam eine Halle zu beziehen.“ In Halle 4A hält



eine neue Produktgruppe Einzug: Elektronisches Spielzeug. Was mit der Aktionsfläche Tech2Play vor einem Jahr begonnen hat, rückt weiter ins Zentrum: Themen wie RC-Fahrzeuge, Fluggeräte und Robotik, aber auch Multimedia sind hier vertreten. Wesentliche Neuerungen erfährt auch die Produktgruppe Festartikel, Karneval, Feuerwerk. Sie wird um einen Teilbereich der Halle 8 vergrößert. Eine große Aktionsfläche sorgt bei dieser Erweiterung für noch mehr Attraktivität. „Auf diese Weise werden wir die Spielwarenmesse inhaltlich weiterentwickeln und Hallenkapazität für Produktsegmente schaffen, in denen die Nachfrage stark ist“, erläutert Ernst Kick, Vorstandsvorsitzender der Spielwarenmesse eG, die künftige Ausrichtung.

Textlänge: 4.657 Zeichen

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

4.2.2018 – 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 2.900 nationale und internationale Hersteller. Die Neuheitenpräsentation und der umfassende Branchenüberblick bilden für 71.000 Einkäufer und Fachhändler aus über 125 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, 30. Jan – 3. Feb 2019