

Spielwarenmesse 2017 punktet mit Besucherplus, erfolgreichen Ausstellern und steigender Internationalität

- 73.000 Fachhändler aus 123 Ländern zu Gast in Nürnberg
- Positive Stimmung an den Ständen schafft Orderlaune

Die Spielwarenmesse hat ihren Stellenwert als bedeutendster Branchenevent der Welt weiter ausgebaut. Vom 1. bis zum 6. Februar überzeugten die Veranstalter in Nürnberg mit großer internationaler Beteiligung auf Aussteller- und Besucherseite sowie einem weitreichenden Innovations- und Informationsangebot. 2.871 Unternehmen (2016: 2.851) aus 63 Ländern zeigten sich zufrieden mit dem Fachbesucheraufkommen. Insgesamt reisten 73.000 Gäste (2016: 70.714) – und damit 3,2% mehr als im Vorjahr – aus 123 Nationen nach Nürnberg, um Neuheiten zu sichten, Kommunikation zu betreiben und nicht zuletzt etwas zu erleben.

Besonders hoch ist der internationale Anteil an Händlern und Einkäufern – dieser stieg von 58% auf 60%. Die meisten Fachbesucher kamen aus Europa, Asien und Amerika. Gegliedert nach Ländern verzeichneten Italien, Russland und China die meisten Zuwächse. Neuaussteller Marc Collinet, Geschäftsführer der Adamus Group lobt die hohe Qualität: „Die Spielwarenmesse zeichnete sich durch nationale und internationale Besucher mit Entscheidungskompetenz für den Einkauf aus. Es herrschte eine tolle Grundstimmung.“ Nach wie vor gilt das Hauptinteresse des Fachpublikums der Suche nach Neuheiten, aber auch die Markt- und Konkurrenzbeobachtung sowie der Informationsaustausch gewinnen vermehrt an Bedeutung. Neben den geschäftlichen Faktoren ist zudem der Anspruch an die Messe als Erlebnis gestiegen.

Die Hersteller tragen den Bedürfnissen der Händler Rechnung und sind mit einem gestiegenen Orderverhalten belohnt worden. „Unser Messestand war noch voller als bereits im Vorjahr, die Resonanz auf die Neuheiten war sehr positiv – insgesamt spürte man eine Art Aufbruchstimmung“, so Schleich-CEO Dirk Engehausen. Über 85% der Unternehmen waren mit ihrer Beteiligung an

der Spielwarenmesse voll und ganz zufrieden. Der Wert ist so hoch wie nie zuvor. Eine Bestmarke hat ebenfalls die Anzahl der Aussteller erzielt, unter der sich allein 2.151 internationale Unternehmen befanden. „Es ist einzigartig, die ganze Welt des Spielzeugs an einem Ort zu sehen“, fasst Frank Baldauf von Infantino Bkids zusammen. Daraus resultiert eine hohe Wiederbeteiligung: Über 90% der Firmen werden im kommenden Jahr erneut ausstellen.

Höchstnoten erhalten auch die Sonderschauen der Spielwarenmesse. Allen voran Tech2Play. Die modern gestaltete Aktionsfläche in Halle 4A offerierte die neuesten technologischen Spielwaren in den fünf Kategorien „Electronic Pets“, „Robot Toys“, „RC Drones“, „Virtual Play“ und „3D Printing“. Die verschiedenen Themeninseln luden aktiv zum Mitmachen ein, was gut bei den Besuchern ankam. „Es hat uns gefreut, wie schnell wir die Einkäufer dazu animieren konnten, die Produkte vor Ort auszuprobieren“, sagt Myles Bax vom Startup-Unternehmen Robotical.

Ebenso großen Anklang hat die Sonderfläche Baby- und Kleinkindartikel gefunden, die den Spielwarenhändlern zwischen den Hallen 2 und 3 viel Inspiration bot. Damit ist die Spielwarenmesse dem steigenden Bedarf an diesem attraktiven Zusatzsortiment nachgekommen und hat vorausschauend gehandelt. Laut Befragung kletterte die Produktgruppe Baby- und Kleinkindartikel im Ranking der Besucher gleich dreifach in die Höhe: Sortiment, Fachgruppeninteresse und Angebotsbeurteilung legten an Relevanz zu.

Bei den Händlerbewertungen weit oben steht außerdem die TrendGallery in Halle 3A. In diesem Innovationszentrum wurden u. a. die ToyAward Gewinner präsentiert, zu denen auch LEGO gehört. Dazu Geschäftsführer Frédéric Lehmann: „Nachdem unser Produkt bereits mehrfach ausgezeichnet wurde, sind wir überglücklich, als ersten deutschen Preis gleich den wichtigen ToyAward der Spielwarenmesse gewonnen zu haben.“ Insgesamt heben 635 Produkteinreichungen (2016: 616) dessen Stellenwert hervor.

„Das Gesamtergebnis unserer 68. Veranstaltung unterstreicht, dass die Spielwarenmesse eine solitäre Position innehat und die wichtigste Plattform für die Branche ist“, resümiert der Vorstandsvorsitzende Ernst Kick. Im nächsten Jahr findet sie von Mittwoch bis Sonntag (31.1.-4.2.2018) an fünf Tagen statt.

Textlänge: 4.059 Zeichen

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

6.2.2017 – 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 Sonntag, 31. Jan – 4. Feb 2018