

Spielwarenmesse festigt Stellung als wichtigster Branchenevent

- Internationalität bleibt auf hohem Niveau
- Innovationen unterstreichen die Qualität der Messe
- Kompletter Spielwarenmarkt trifft sich in Nürnberg

Optimierte Hallenstruktur, innovative Produkte und ein buntes Rahmenprogramm – die Spielwarenmesse hat vom 30. Januar bis zum 3. Februar gebührend ihren 70. Geburtstag mit der Branche aus der ganzen Welt gefeiert und ihre Stellung als Leitmesse gefestigt. An fünf Tagen bildeten auf dem Messegelände in Nürnberg sowohl Aussteller- als auch Besucherseite den globalen Markt realistisch ab. 2.886 Unternehmen aus 68 Ländern präsentierten ihre Produktinnovationen den 68.500 Fachbesuchern und Einkäufern, die aus 131 Nationen kamen.

Die Spielwarenmesse spiegelt die aktuelle Konzentration des Marktes wider. Faktoren wie der kontinuierliche Rückgang des Fachhandels und die Bereinigung der Distributionskanäle wirken auf die Besucherzahlen ein. Die Qualität ist stimmig, ebenso wie die Internationalität, die mit 64 Prozent diesen Faktor belegt. Paul Heinz Bruder, Geschäftsführer von Bruder Spielwaren, bestätigt: „Die Spielwarenmesse ist für uns nicht nur die wichtigste, sondern auch die internationalste Messe. Die Qualität der Besucher ist sehr gut, wodurch sich positive Perspektiven für 2019 ergeben.“ Auch Ynon Kreiz, Chairman and Chief Executive Officer von Mattel war vor Ort in Nürnberg und sagt: „Die Spielwarenmesse bringt die Besten unserer internationalen Spielzeugkontakte zusammen.“

In der Gesamtbetrachtung hat die Zufriedenheit der Aussteller von 83,5 Prozent mit der Bewertung sehr gut und gut den bisher höchsten Wert auf der Spielwarenmesse erzielt. Dabei spielt für die Unternehmen die Neukundengewinnung die größte Rolle. Der Veranstalter unterstützt dies mit zukunftsorientierten Maßnahmen wie einer optimierten Hallenstruktur. So hat die neue Produktgruppe Elektronisches Spielzeug Einzug in Halle 4A gehalten.

Jazwares-Geschäftsführer Sebastian Budich ist zufrieden mit dem neuen Standort: „Sehr erfreut sind wir über die damit zusammenhängenden großen Kundenfrequenzen und das starke Interesse an unserem vielfältigem Produktportfolio.“ Darüber hinaus führt die Halle 7A nun Modelleisenbahnen und Modellbau zusammen und auch die Produktgruppe Festartikel, Karneval, Feuerwerk in Halle 8 und 9 hat wesentliche Neuerungen erfahren. Für Manuela Pfeifer, Geschäftsführerin von Rubies Deutschland, ist dabei die Aktionsfläche Showtime eine Bereicherung: „Auf einem Catwalk konnten wir mehrmals täglich den Fachbesuchern zahlreiche unserer neuen Kostüme präsentieren. Das ist so auf unserem Stand gar nicht möglich.“

Neben den Sonderflächen haben die erweiterten Wissensangebote breite Zustimmung erfahren. Ob im Bereich Toys meet Books oder im Toy Business Forum – alle Vorträge der hochkarätigen Referenten waren stets gut besucht. Dank der exklusiven LicensePreview und den neuen LicenseTalks ist das Thema Lizenzen endgültig auf der Spielwarenmesse angekommen, wie Joachim Knödler, Geschäftsführer Mitteleuropa Copyright Promotions Licensing Group, unterstreicht: „Damit ist die Messe die wichtigste Veranstaltung für Lizenzgeber.“ Generell hat die Bedeutung des Branchenevents noch mehr zugenommen – von den meisten Ausstellern wird er als entscheidendes Marketinginstrument gesehen. 90 Prozent von ihnen wollen sich in 2020 wieder beteiligen.

„Die Stunden auf der Spielwarenmesse in Nürnberg sind die wichtigsten Stunden des ganzen Jahres für unser Geschäft“, weiß Astrojax-Präsident Larry Shaw. „Wir sind sehr aufgeregt und dankbar, dass wir in diesem Jahr mit so vielen anderen schönen Produkten in die TrendGallery aufgenommen wurden.“ Sowohl die Trendthemen „Ready, Steady, Play!“, „The WOW Effect“ und „Toys 4 Kidults“ als auch der ToyAward, der um die fünfte Kategorie „Startup“ erweitert wurde, schaffen für Händler und Einkäufer Orientierung bei 120.000 Neuheiten in 18 Hallen. „Für das neue Jahr ist der weltweit renommierte Preis auf der Spielwarenmesse der perfekte

Start und sehr bedeutend“, betont ToyAward Gewinner Dennis Gies, Vorstandsvorsitzender Hape International.

Jürgen Huck vom gleichnamigen Familienunternehmen ist einer von 21 Ausstellern der ersten Stunde: „Wir sind mehr als stolz und sehr glücklich zum 70. Mal auf der Spielwarenmesse vertreten zu sein.“ Rolly Toys-Chef Frank R. Schneider reiht sich ebenfalls in den Kreis der Jubilare und meint: „Die Spielwarenmesse ist die Messe für uns. Wenn man als Spielwarenunternehmen hier vertreten ist, braucht man nirgendwo sonst ausstellen.“ Neben der Ausstellerehrung zählten zu den Feierlichkeiten der 70. Spielwarenmesse das ToyFestival mit über 2.000 Besuchern und das Feuerwerk am Messesamstag.

Der Vorstandsvorsitzende der Spielwarenmesse eG, Ernst Kick, resümiert: „Wir können die Marktgegebenheiten nicht direkt beeinflussen, aber zukunftsorientiert handeln. Deshalb freuen wir uns darüber, für die Aussteller und Fachbesucher die qualitativ hochwertige Branchenleitmesse zu sein und die nächsten Jahre mit demselben Elan anzugehen.“ Die kommende Spielwarenmesse findet vom 29. Januar bis zum 2. Februar 2020 in Nürnberg statt.

Textlänge: 4.934 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.

3.2.2019 – 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 2.900 nationale und internationale Hersteller. Die Neuheitenpräsentation und der umfassende Branchenüberblick bilden für 70.000 Einkäufer und Fachhändler aus 130 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, 29. Jan – 2. Feb 2020