

Spielwarenmesse 2023

Mehr als 2.000 Aussteller

Donnerstag, 26.01.2023

Messe-Update



Vom 1. bis 5. Februar können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach drei Jahren auf der Spielwarenmesse in Nürnberg wieder den „Spirit of Play“ erleben. Foto: Spielwarenmesse eG

Drei Jahre hat die Branche auf diesen Augenblick gewartet: Vom 1. bis 5. Februar können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach drei Jahren auf der Spielwarenmesse in Nürnberg wieder den „Spirit of Play“ erleben.

Individuelles Messeerlebnis verspricht der Veranstalter, die Spielwarenmesse eG, indem er neben den gewohnten Strukturen zahlreiche Neuerungen mit Mehrwert bietet und dabei besonders dem Bedürfnis nach persönlichem Networking nachkommt. Abgerundet wird die Live-Veranstaltung durch die Business-Plattform Spielwarenmesse Digital, die mit neuen Funktionen den Messebesuch unterstützt.

Aussteller mit hoher Internationalität

„In den letzten Monaten haben wir eine überaus positive Resonanz seitens der Branche erfahren – alle

freuen sich nach so langer Zeit auf das große Wiedersehen“, weiß Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG. Die Vorfreude spiegelt sich in den Zahlen wider: Die Marke von 2.000 Ausstellern ist geknackt. 2.142 Unternehmen aus 69 Ländern präsentieren Händlerinnen und Einkäufern aus aller Welt im Februar ihre Produktneuheiten. 402 von ihnen stellen das erste Mal auf der Spielwarenmesse aus. Ob führende Markenhersteller oder innovative Startups – bei weitestgehendem Erhalt der bewährten Strukturen auf dem Messegelände können Fachbesucherinnen und -besucher Innovationen und Trends mit allen Sinnen erkunden. 13 verschiedene Produktgruppen stehen zur Wahl. Neu dabei sind Dienstleistungen für Händler und Hersteller. Der Servicebereich in Halle 7 umfasst neben Test- und Prüfinstituten auch Verpackungshersteller und Marketinganbieter. Ihre Premiere feiern zudem zahlreiche Länderpavillons. Insgesamt sind 15 verschiedene Nationen mit einem Gemeinschaftsstand vertreten – darunter erstmalig Frankreich, die Ukraine und Usbekistan.

Specials für kreative Sortimente

Frischen Schwung in den Arbeitsalltag bringen die „Specials“ auf der Spielwarenmesse. Ein Beispiel dafür ist Toys go Green in Halle 2. Die Fläche setzt den Megatrend aus 2022 kontinuierlich fort und präsentiert die passenden Produkte rund um Nachhaltigkeit auf vier Themeninseln. „Stationery meets Toys“ heißt es in Halle 4. Die Insights-X Area, benannt nach der gleichnamigen Fachmesse für Papier-, Büro- und Schreibwaren, bietet Anregungen für das Segment Back-to-School. Ebenso lohnend ist ein Besuch von Tech2Play in Halle 4A. Hier können Neuheiten aus den Kategorien „Robot Toys“, „RC Toys“, „Virtual Play“ sowie „Electronic Learning“ erkundet und getestet werden. Weitere Produktideen findet das Fachpublikum in Halle 3A: Die StartupArea vereint Junge Innovative Unternehmen aus Deutschland mit internationalen Newcomern und macht die Gemeinschaftsfläche zum Entdeckerparadies. Darüber hinaus verspricht die New Product Gallery kreative Impulse. Der kompakte Bereich bietet eine aufmerksamkeitsstarke Zweitplatzierung sowie die Präsentation der Nominierten und Gewinner des ToyAward, der in sechs Kategorien verliehen wird. 584 Produkte wurden von 338 Ausstellern eingereicht und in einem zweistufigen Auswahlverfahren bewertet.

Toy-Know-how, Lizenzen und Trends

Eine wichtige Rolle nimmt auf der Spielwarenmesse auch die Wissensvermittlung ein. Ein etabliertes Format ist das Toy Business Forum in Halle 3A, das während der Messelaufzeit von jeweils 13 bis 15 Uhr hochkarätige Expertenvorträge zu den aktuellen Branchen- und Handelsthemen „Nachhaltigkeit“, „Digitalisierung“, „Trends“, „Diversität“ und „Metaverse“ bereithält. Das Format Live on Stage bietet im Anschluss daran erstmals Präsentationen von Ausstellern. Zusätzlich finden im Toy Business Forum von Mittwoch- bis Freitag, jeweils vormittags, in Kooperation mit Licensing International und Licensing Magazine die LicenseTalks statt. Die Vorträge und Podiumsdiskussionen mit internationalen Branchen-Experten beinhalten die neuesten Trends im Licensing, wertvolle Best-Practice-Beispiele und Tipps für Einsteiger. Gleich nebenan erhalten die prägenden Trends im Spielwarenbereich ihren großen Auftritt: Discover!, Brands for Fans und MetaToys. Anschauliche Themeninseln laden zum Entdecken und Ausprobieren der verschiedenen Produktbeispiele ein. Darüber hinaus thematisieren tägliche Vorträge im Toy Business Forum die ToyTrends.

Ereignisreiches Rahmenprogramm

Nach einem arbeitsreichen Tag darf auch gefeiert werden: auf der RedNight am Donnerstag, den 2. Februar, mitten auf dem Messegelände. Erstmals laden von 18 bis 22 Uhr rund 140 Aussteller in fast allen Hallen der Spielwarenmesse zu kostenfreien Partys auf ihren Ständen ein. Auch tagsüber sorgen auf dem gesamten Gelände viele Aktionen für echtes Messefeeling. Dazu zählen das überdimensionale Iglu im Messepark von Zapf Creation sowie verschiedene Selfie-Spots: beispielsweise die Barbie Cabrio Corvette von Mattel und der große Holztruck von Brio auf dem Messevorplatz sowie Bänke mit beliebten

Lizenzfiguren in den Hallen. Die Internationale Spieleerfindermesse – Game Inventors Convention rückt am Freitag die Spielebranche in einen besonderen Fokus. In Halle 11.1 stellen nationale und internationale Spieleerfinder ihre Prototypen erfahrenen Spieleredakteuren vor. Den Abschluss bildet eine gemeinsame Networking-Party. Einem langjährigen Wunsch von Ausstellern kommt die Spielwarenmesse am 4. und 5. Februar nach und präsentiert den OPEN DAY Modelleisenbahn & Modellbau für Endverbraucher. Zugänglich ist ausschließlich die Halle 7A. Neben spannenden Produkten wartet eine Miniaturschau auf die kleinen und großen Fans.

Digitale Begleitung fürs ganze Jahr

Das persönliche Messeerlebnis wird für alle Teilnehmer durch die erweiterten Funktionen der Business-Plattform Spielwarenmesse Digital angereichert, die ab sofort ganzjährig zur Verfügung steht. Dazu gehört der neue Leadfinder. Basierend auf dem im Profil hinterlegten Angaben zu Unternehmensart, Produktkategorien und Ländermärkten ermöglicht er ein einfaches Matchmaking und erhöht die Effizienz für Treffen vor Ort. Spielwarenmesse TV ist ebenfalls in diesem Rahmen abrufbar: Das Moderatorenduo Jenny und Rob begrüßt interessante Interviewpartner und vermittelt auf unterhaltsame Weise Impressionen von der Messe. Hinzu kommen Livestreams – u. a. von der ToyAward Verleihung und dem Toy Business Forum. Dank der Synchronisation mit der Spielwarenmesse App hat der Fachhandel alle Aussteller, Hallenpläne und seine gespeicherte Favoritenliste immer griffbereit.

Mehr als 2.000 Aussteller