



Report

Spielwarenmesse
International Toy Fair
Nürnberg
05.02.–10.02.2009



Der Spielwarenmarkt

Der Spielwarenmarkt wächst weltweit weiter – im Jahr 2008 auf einen Umsatz von 75,7 Mrd. USD. Das entspricht einem Plus von 5,3 % (nicht wechsellkursbereinigt) bei traditionellen Spielwaren. Die steigende Nachfrage kommt vor allem durch den zunehmenden Wohlstand in den „Emerging Markets“ China, Indien, Brasilien und Russland, wo auch zunehmend qualitativ hochwertige Produkte gekauft werden.

In Europa hat Polen vor Italien und Österreich den Umsatz mit Spielwaren am meisten gesteigert. Die größten Absatzmärkte sind weiterhin Großbritannien, Frankreich und Deutschland.

(Quelle: NPD Group Inc.)

Die Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg

Die 60. Spielwarenmesse brachte als führende Fachmesse für Spielzeug und Freizeitprodukte vom 05. bis 10.02.2009 Spielwarenprofis aus aller Welt im Messezentrum Nürnberg zusammen. Das Zusammentreffen des breiten Spektrums an Herstellern und Einkäufern sowie die qualitativ hochwertigen Informationsangebote machen die Spielwarenmesse zur wichtigsten Kommunikations-, Order- und Informations-Plattform der Branche. Auf der PressPreview, der Neuheitenschau am Messévortag, stießen die Aussteller auf internationale Medienresonanz. Sie profitierten auch von ihrer verstärkten Neuheitenpräsentation im InnovationCenter während der Messezeit.

- **Ausstellungsfläche (brutto):** 160.000 m²
- **Aussteller:** 2.689 aus 59 Ländern, davon 67,4 % international
- **Besucher:** 75.409 aus 115 Ländern, davon 51 % international
- **Entscheideranteil:** 71,7 %

„Nürnberg ist der entscheidende Marktplatz, um unsere Marke international zu inszenieren.“

Martin Frechen
Geschäftsführer, Margarete Steiff GmbH

60. Jubiläum der Spielwarenmesse



Dieses Jahr feierte die Branche das 60. Jubiläum der Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg. Es wurde zu einem Fest der Verbundenheit zwischen den Spielwarenprofis und ihrer Messe,

wie auch die Ausstellerehrung zeigte: ganze 36 Unternehmen wurden für ihre 60. Messebeteiligung ausgezeichnet. Zum Auftakt der Jubiläumsmesse kam Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel persönlich zur Eröffnungsfeier. Die Festlichkeiten setzten sich zur ToyNight, dem Ausstellerabend in der Arena, fort und fanden ihren fulminanten Höhepunkt bei Let's Party! am Messéfreitag im CCN Ost. Rund 3.000 Messegäste erlebten die größte Party, die in der Spielwarenbranche je gefeiert wurde. Nach spektakulären Showeinlagen und spannendem Pokern im Spielcasino vergnügten sich feierfreudige Messegäste an der Bar, in der Lounge oder auf der Tanzfläche.

Die gesamte Stadt feierte das 60. Jubiläum der Spielwarenmesse. Die Partner der Stadtmarketingaktion Enjoy Toy Fair City – Nürnberg spielt mit! luden Messegäste und Nürnberger zu einem besonderen Jubiläumsprogramm in die Innenstadt ein. Sie verwandelten das Stadtzentrum mit Bühnenprogramm voll Tanz, Musik und Theater, Showtrucks und Spielangeboten bei verlängerten Ladenöffnungszeiten bis 22.00 Uhr am Freitag und am Samstag in eine Spielmeile.

■ Sonderthemen 2009

- **ToyGenerations – Family** – Sonderschau
- **InnovationCenter** – Trends & Neuheiten
- **Toy Business Forum** – Expertenvorträge
- **LicenseCenter** – Lizenzprodukte 2009
- **New Exhibitor Center** – Neue Geschäftskontakte
- **Way to School** – Produkte zum Schulstart
- **SpieleCafé** – Wissen rund ums Spiel
- **Testing & Inspecting Center** – Für sicheres Spielen
- **Sportthementag** – Action-Stationen am Messémontag

Aussteller-Struktur

Produktgruppen

-  Modellbau, Hobby
-  Modelleisenbahnen und Zubehör
-  Technisches Spielzeug, edukatives Spielzeug, Aktionsspielwaren
-  Puppen, Plüsch, Babyartikel
-  Spiele, Bücher, Lernen und Experimentieren, Multimedia
-  Fest- und Trendartikel, Karneval
-  Holzspielwaren, Kunsthandwerk, Geschenkartikel
-  Kreatives Gestalten
-  Sport, Freizeit, Outdoor
-  Mehrbranchengruppe

Länderpavillons

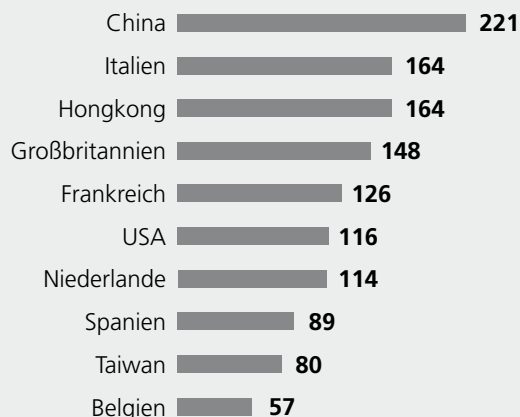
Auf der Spielwarenmesse präsentierten sich 16 Nationen in 27 Länderpavillons.

- Australien
- Brasilien
- China
- Großbritannien
- Hongkong
- Indien
- Israel
- Italien
- Japan
- Kanada
- Korea
- Polen
- Sri Lanka
- Taiwan
- Thailand
- USA



Zum zweiten Mal wurde das Seal of Excellence for China Pavillons unter den Mitausstellern der Länderpavillons aus China vergeben. Die Unternehmen Xinhui Auto model Co. und Beijing Kayee Toy Co. gewannen die Auszeichnung, da sie ihre Sortimente und Messeauftritte herausragend marketingorientiert aufbereitet haben.

Ausstellerzahl – TOP 10 Länder International



Zufriedenheit der Aussteller



- A Gesamteindruck:** sehr gut/gut
- B Weiterempfehlung:** ja, bestimmt/ja, wahrscheinlich
- C Wichtigkeit der Messe** im Rahmen der gesamten Marketingaktivitäten: sehr wichtig/wichtig
- D Wiederbeteiligungswahrscheinlichkeit:** ja, bestimmt/ja, wahrscheinlich

„Unser Unternehmen ist sehr international ausgerichtet. Die Spielwarenmesse bietet uns genau die richtige Plattform, um Kunden in aller Welt zu gewinnen.“

Paul G. Lang,
Geschäftsführer, MINICHAMPS GmbH & Co. KG

Highlights

Eröffnungsfeier



Zum 60. Jubiläum eröffnete Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel die Spielwarenmesse. Sie hielt zur Eröffnungsfeier, wie Ministerpräsident Horst Seehofer und Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly, eine mitreißende Festrede. Mit emotionsreicher Filmmusik weckten die Nürnberger Symphoniker bei den Gäste Erinnerungen aus sechs Jahrzehnten.

Der Galaabend gipfelte in die Verleihung des ToyAwards. Sieben Unternehmen wurden mit dem internationalen Neuheitenpreis der Spielwarenmesse für ihre innovativen Produkte ausgezeichnet.

Alle ToyInnovations sehen Sie unter www.toy-innovation.de/gewinner im Internet.

ToyGenerations – Family



Mit dem generationenübergreifenden Spielen in der Familie setzte die Spielwarenmesse die Sonderschaureihe ToyGenerations fort. Sie beauftragte Professor Dr. Hans-Joachim Theis der Fachhochschule Worms eine Studie zum Spielen in der Familie durchzuführen. Die Ergebnisse stellte er im Toy Business Forum vor und bot Einzelhändlern und Herstellern viele Anregungen zur familiengerechten Sortimentsgestaltung und Präsentation im Geschäft. Die Studie floss in Form von Praxistipps auch in die Sonderschau in Halle 2 ein, wo rund 50 Unternehmen Familienspiele und -spielzeug für „zu Hause“, „unterwegs“ und „draußen“ präsentierten. Die begleitende Wissensbroschüre ToyGenerations – Family ist im Internet unter www.spielwarenmesse.de/familien spiele erhältlich.

Fachbesucher-Profil

Besucher aus aller Welt

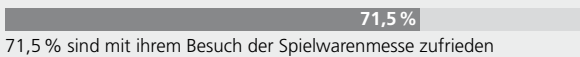
	2009	2008
Fachbesucher gesamt:	75.409	79.816
Internationale Besucher:	38.051	42.010
Zahl der Länder:	115	110
Anteil:	51 %	53 %

Besucherzahl – TOP 10 Länder International

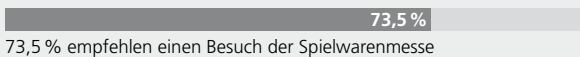
Italien	3.925
Frankreich	2.601
Niederlande	2.415
Spanien	2.030
Österreich	1.765
Großbritannien	1.757
Tschechische Republik	1.640
Schweiz	1.550
Belgien	1.372
Dänemark	1.201

Zufriedene Besucher

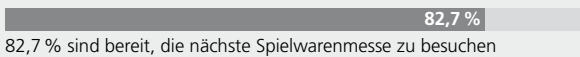
Gesamtzufriedenheit der Fachbesucher



Besuchsempfehlung an Kollegen und Geschäftspartner

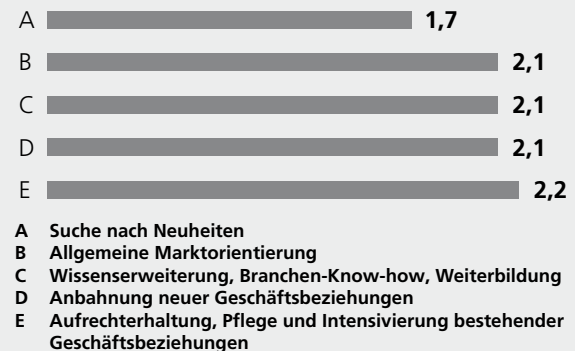


Besuchsbereitschaft zur nächsten Messe

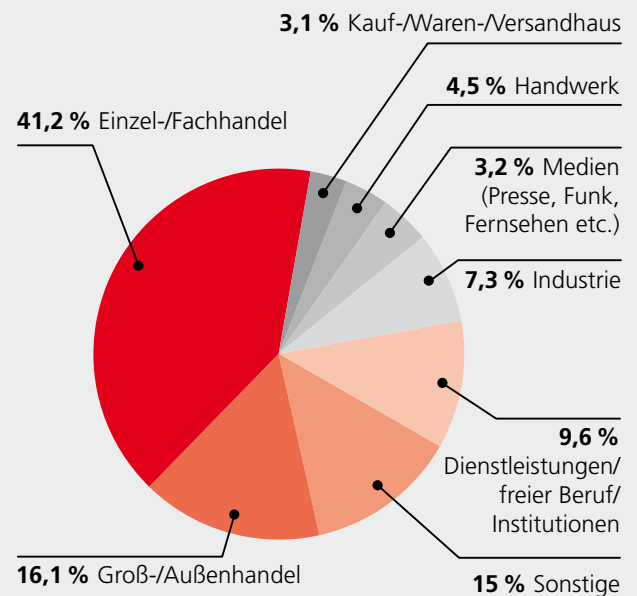


Benotung* Messefunktion durch Fachbesucher

* Schulnotensystem: 1 = sehr wichtig, 6 = unwichtig



Besucher aus allen Wirtschaftszweigen vor Ort



Highlights

Way to School

Auf der Sonderfläche Way to School zeigten 32 Schul- und Schreibwarenhersteller den Spielwarenhändlern ihre umsatzstarken Sortimente für den Schulanfang. Die Spielwarenmesse eG und die Einkaufskooperation duo schreib & spiel setzten mit dem Gemeinschaftskonzept ihren Erfolg vom Vorjahr fort. Der Produktbereich Way to School wird zum festen Bestandteil kommender Messen und in seiner Internationalität ausgebaut. Führende Markenartikelhersteller sagten bereits ihre erneute Beteiligung für 2010 zu.

„Die Spielwarenmesse 2009 war für Faber-Castell ein voller Erfolg! In einem attraktiven Umfeld konnten wir noch mehr qualifizierte Kontakte knüpfen als bereits im Vorjahr. Die Synergien von Schreibwaren und Spielzeug überzeugten Händler aus aller Welt.“

Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell,
Vorsitzender des Vorstandes der Faber-Castell AG

LicenseCenter



Spielwarenumsätze profitieren zunehmend von Lizenzthemen. Deswegen vergrößerte die Spielwarenmesse die Fläche des LicenseCenters und erweitert ständig die International Trend Selection, dieses Jahr um Japan. Dort stellten folgende acht Medienpartner die TOP-Themen 2009 ihres Landes vor: Licensing Brasil (BR), Licensing Press (DE), Kazachok Licensing Mag' (FR), Licensing Today Worldwide (UK), Entertainment & Licensing (IT), Licensing Books (JP), Licencias Actualidad (ES), License! Global magazine (US).

Für Spielwarenhändler ist das LicenseCenter die Informationsplattform über die Lizenzrends des Jahres und das Lizenzangebot der Aussteller auf der Messe.

■ Informations- und Marketingservices

Toy Business Forum

Hochkarätige Referenten aus Praxis und Forschung – u. a. Prof. Peter Wippermann vom Trendbüro – vermittelten im Toy Business Forum praxisnahes Know-how für den Geschäftsalltag. Alle, die auch noch in der Nachbereitung der Spielwarenmesse von dem Wissensumschlagsplatz Toy Business Forum profitieren wollen, finden im Internet Videomitschnitte zahlreicher Vorträge: www.spielwarenmesse.de/forum_de



„Die perfekte Organisation lief vorab einwandfrei und hat uns viel Arbeit abgenommen. Das gut geschulte Personal rundet das Bild der Weltleitmesse ab.“

Simon Kohler,
Group Marketing Manager, Hornby

Spielzeugsicherheit bleibt wichtig

Spielzeugsicherheit bleibt ein wichtiges Anliegen der Spielwarenbranche. Die Verabschiedung überarbeiteter Spielzeugsicherheitsvorschriften in Europa und USA werfen unter Händlern und Herstellern viele Fragen auf. Darauf gingen die Informationsangebote der Spielwarenmesse ein:



- Testing & Inspecting Center: Gemeinschaftsstand der Prüfinstitute
- Jährlich Rundgänge des Gewerbeaufsichtsamtes
- Workshop in Kooperation mit dem Deutschen Verband der Spielwaren-Industrie e.V.: Neue Sicherheitsbestimmungen in den USA

„Das ist mit Abstand die wichtigste Messe für die Branche.“

Andrea-Kathrin Christenson, Geschäftsführerin,
Käthe Kruse Puppen GmbH

Die Datengrundlage

Die Besucher- und Ausstellerbefragung auf der Messe wurde von dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Gelszus Messe-Marktforschung GmbH, Dortmund, an allen Messetagen durchgeführt. Sie erfolgte entsprechend der Richtlinien der FKM (Gesellschaft für Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen). Ziel der FKM ist die Vergleichbarkeit und Zuverlässigkeit von Messezahlen zu gewährleisten.

Besucherwerbung und Informationsangebote

- Anzeigen- und Online-Bannerschaltung weltweit
 - Mehrstufige, internationale Einladungsmailings
 - play it! – Einladungsmagazin
 - Enjoy Toy Fair City – Stadtführer Nürnberg
 - Thematische Sonderflyer und Besucher-Info-Flyer
 - Online Katalog, Online Organizer, LicenseGuide
 - Monatlicher Newsletter play it! online in 10 Sprachen
 - Tägliche Branchennews, abonniebar über www.spielwarenmesse.de
- ➔ **75.409 Fachbesucher aus 115 Ländern**

Marketingaktivitäten für Aussteller

- Werbewirksame Teilnahme an Sonderschauen
 - ToyAward – der Neuheitenpreis
 - PressPreview – im Fokus der Medien
 - InnovationCenter – die Bühne für Produktpremierern
- ➔ **2.689 Aussteller aus 59 Ländern**

PR-Aktivitäten

- Spielwarenmesse Dialog – weltweite Informationsveranstaltung
 - Presse-Informationen, Foto-Datenbank, O-Ton-Service, TV-Footage
- ➔ **2.589 Journalisten aus 39 Ländern**

Veranstalter

Die Spielwarenmesse eG ist ein Messeveranstalter und Marketingdienstleister für die Spielwarenbranche. Das Nürnberger Unternehmen veranstaltet die Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg, die weltweit führende Fachmesse für Spielwaren, Hobby und Freizeit, und ist an der Messedurchführungsgesellschaft RNTA Expo beteiligt, die die Toy Russia, Moscow organisiert. Das Leistungsspektrum der Genossenschaft Spielwarenmesse eG umfasst auch die Organisation des Auslandsmesseprogramms World of Toys by Spielwarenmesse eG und verschiedene Industrireaktionen.

■ Messetermine

- 04. bis 09. Februar 2010
- 03. bis 08. Februar 2011
- 02. bis 07. Februar 2012

Impressum und Kontakt

Verantwortlich für den Inhalt:
Christian Ulrich, Kyra Mende,
Katja Schnütgen

Spielwarenmesse eG
Münchener Str. 330, 90471 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911/9 98 13-0
Fax: +49 (0) 911/86 96 60
www.spielwarenmesse.de