



**Spielwarenmesse**  
International Toy Fair  
Nürnberg  
07.02.–12.02.2008

# Report Spielwarenmesse 2008

## ■ Der globale Spielwarenmarkt

Weltweit verzeichnete der Spielwarenmarkt im Jahr 2006 ein dynamisches Wachstum auf 67 Mrd. USD. Das entspricht einem Umsatzplus von 5,2 % bei traditionellen Spielwaren. Getragen von der positiven Entwicklung in den Schwellenländern China, Indien, Brasilien und Russland konnte der Weltmarkt sein Umsatzwachstum auch 2007 fortsetzen und steigerte sich um 6 % auf 71 Mrd. USD.



In Europa bleiben England, Frankreich und Deutschland weiterhin die drei größten Absatzmärkte.

## ■ Die Leitmesse für den Geschäftserfolg

Die 59. Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg brachte als führende Drehscheibe für Spielzeug und Freizeitprodukte vom 07. bis 12.02.2008 Spielwarenprofis aus aller Welt zusammen. Das breite Spektrum an Herstellern und Einkäufern sowie die qualitativ hochwertigen Informationsangebote machen die Spielwarenmesse zur wichtigsten Kommunikations-, Order- und Informations-Plattform der Branche.



**Ausstellungsfläche (brutto):** 160.000 m<sup>2</sup>

**Aussteller:** 2.676 aus 61 Ländern,  
davon 68 % international

**Besucher:** 79.816 aus 110 Ländern,  
davon 53 % international

**Entscheideranteil:** 74,7 %

## ■ Das Highlight

**Spielend Lernen** war das Leitmotiv der Spielwarenmesse 2008. Es zog sich durch die gesamten Informationsangebote und stieß auf eine beeindruckende Medienresonanz in Fachmagazinen weltweit und in der bundesweiten Tagespresse.

Die Sonderschau Spielend Lernen zeigte Produkte und Praxistipps für den Point of Sale; auf der Sonderfläche „Way to School“ präsentierten Hersteller von Schreibwaren und Schulartikeln alles für ABC-Schützen; im Spiele-Café fanden Diskussionen und Präsentationen zu Lernspielen statt und im Branchenforum veröffentlichte die Gesellschaft für angewandte Sozialforschung (GEFAS) die Ergebnisse der Studie „Spielend Lernen“. Die von der Spielwarenmesse eG beauftragte Untersuchung ermittelte unter Händlern und Konsumenten den Stellenwert, den das spielerische Lernen heutzutage einnimmt.

[www.spielwarenmesse.de/studie](http://www.spielwarenmesse.de/studie)

**Spielend**  
**LERNEN**

## Inhaltsverzeichnis

- 01 Der Spielwarenmarkt**  
Die Leitmesse  
Das Highlight  
Messeterminale  
Sonderthemen 2008
- 02 Ausstellerstruktur**  
Way to School  
Veranstalter
- 03 Fachbesucher-Profil**  
Eröffnungsfeier  
Messegelände
- 04 Werbe- und Marketingmaßnahmen**  
Spielzeugsicherheit  
Marktmeinungen  
Die Datengrundlage  
Impressum & Kontakt

## Messeterminale

- 05. bis 10. Februar 2009**
- 04. bis 09. Februar 2010**
- 03. bis 08. Februar 2011**






## ■ Sonderthemen 2008

- Spielend Lernen – Leitmotiv & Sonderschau
- Way to School – Produkte zum Schulstart
- Spiele-Café – Wissen rund ums Spiel
- InnovationCenter – Trends & Neuheiten
- Branchenforum – Expertenvorträge
- LicenseCenter – Lizenzprodukte 2008
- NewExhibitorCenter – neue Kontakte

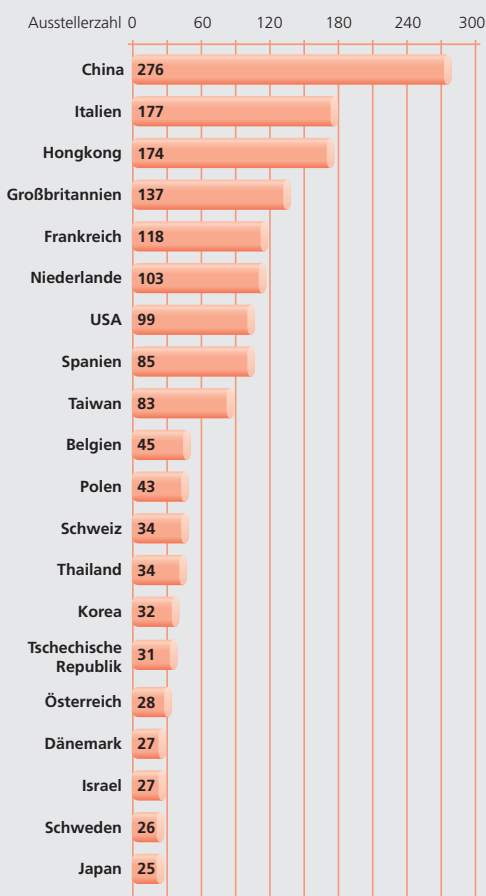


## Ausstellerstruktur

### Produktgruppen

-  Modellbau, Hobby
-  Modelleisenbahnen und -zubehör
-  Mechanisches und elektronisches Spielzeug, edukatives Spielzeug, Aktionsspielwaren
-  Puppen, Plüsch und Zubehör
-  Spiele, Bücher, Lernen und Experimentieren, Multimedia
-  Fest- und Trendartikel, Karneval
-  Holzspielwaren und Kunsthandwerk
-  Kreatives Gestalten
-  Outdoor, Freizeit
-  Mehrbranchengruppe

### Top 20 Länder international



### Länderpavillons

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

Auf der Spielwarenmesse präsentierten sich 17 Nationen. Erstmals war in diesem Jahr auch Kanada unter den internationalen Pavillons vertreten. Die Spielwarenmesse ist damit kontinentenübergreifend für die weltweit aktiven Spielwarenhersteller die führende Kontaktplattform und der wichtigste Marktplatz der Branche.

Das „Seal of Excellence for China Pavillons“ wurde erstmals unter den Mitausstellern der Länderpavillons aus China ausgelobt. Ausgezeichnet wurden die Unternehmen XinYu Arts Toys Co., Ltd., Zhejiang Guangyuan Toys Co., Ltd. und Jinjiang Meisida Electronic Toys Co., Ltd., die ihre Sortimente und Messeauftritte herausragend marketingorientiert aufbereitet haben.

## Zufriedenheit der Aussteller weiter steigend

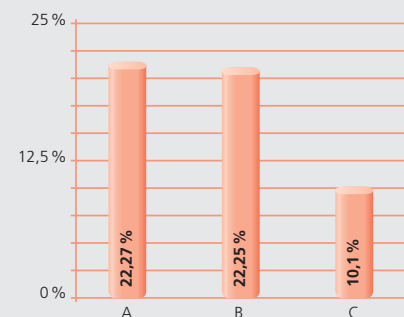


- A Gesamteindruck: sehr gut/gut
- B Weiterempfehlung: ja, bestimmt/ja, wahrscheinlich
- C Wiederbeteiligungsabsicht: ja, bestimmt/ja, wahrscheinlich
- D Wichtigkeit der Messe im Rahmen der gesamten Marketingaktivitäten: sehr wichtig/wichtig

## Beurteilung des Messeerfolgs

Zunehmende positive Bewertung folgender Kriterien\*:

- A Zahl der Kontakte zu neuen Kundenpotenzialen
- B Anzahl konkreter Verkaufsgespräche
- C Umfang der Verkaufsabschlüsse



\*(Prozentualer Anstieg der Bewertungen sehr gut/gut seit 2006)

## Way to School

Mit dem Sonderthema Way to School baute die Spielwarenmesse eG in Zusammenarbeit mit der Einkaufskooperation duo schreib & spiel dem Spielwarenhandel einen zusätzlichen Sortimentsbereich auf. 30 führende Hersteller von Schreibwaren und Schulbedarf zeigten, wie mit dem Angebot für ABC-Schützen ein zusätzlicher saisonaler Umsatzschwerpunkt geschaffen werden kann.

Hans-Jörg Iden, Geschäftsführer von duo schreib & spiel: „Man kann davon ausgehen, dass sich alle namhaften Hersteller von Schreibwaren und Schulartikeln in 2009 wieder beteiligen werden und großes Interesse am Ausbau ihres Engagements auf der Spielwarenmesse haben.“

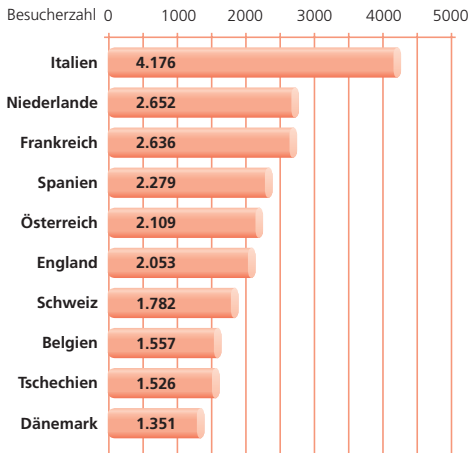


## Veranstalter

Die Spielwarenmesse eG ist der führende Messeveranstalter und Marketingdienstleister der Spielwarenbranche. Das Nürnberger Unternehmen veranstaltet die Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg – die weltweit führende Fachmesse für Spielwaren, Hobby und Freizeit – sowie die Toy Russia, Moskau, über die RNTA Expo. Die RNTA Expo ist ein gemeinsames Unternehmen der Spielwarenmesse eG und des russischen Spielwarenverbandes RNTA. Das Leistungsspektrum der Spielwarenmesse eG umfasst daneben auch die Organisation von Bundesbeteiligungen und Industrieaktionen.

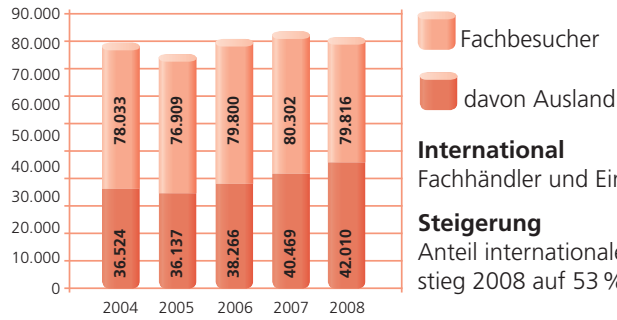
## Fachbesucher-Profil

### Top 10 Länder international



### Internationaler Besucheranteil steigt

(Zählung nach FKM)



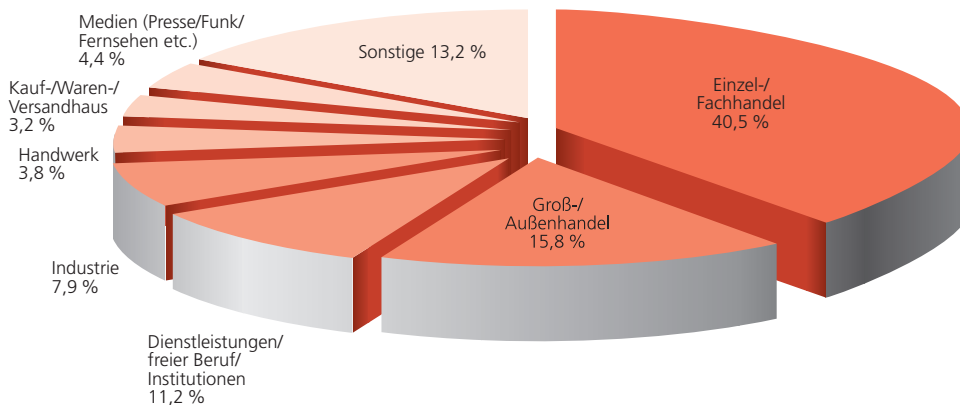
#### International

Fachhändler und Einkäufer aus 110 Ländern

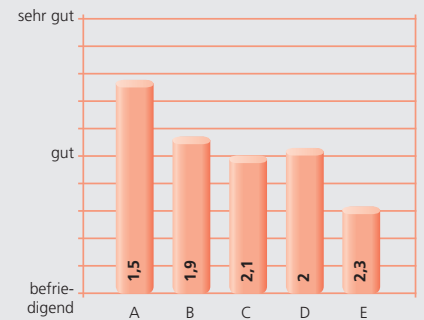
#### Steigerung

Anteil internationaler Fachbesucher stieg 2008 auf 53 % (50 % in 2007)

### Besucher aus allen Wirtschaftszweigen vor Ort



### Benotung\* der Messefunktionen durch Fachbesucher



A Suche nach Neuheiten

B Allgemeine Marktorientierung

C Wissenserweiterung, Branchen-Know-how, Weiterbildung

D Anbahnung neuer Geschäftsbeziehungen

E Aufrechterhaltung, Pflege, Intensivierung bestehender Geschäftsverbindungen

\*(Schulnotensystem: 1 = sehr gut, 5 = mangelhaft)

## Eröffnungsfeier

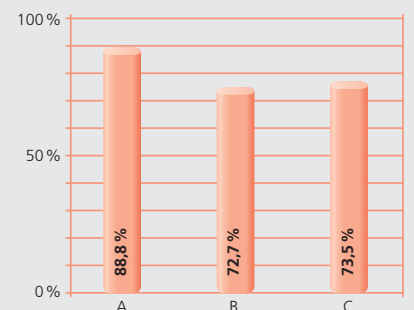
Die Bekanntgabe der **ToyInnovations 2008** war der glanzvolle Höhepunkt der Eröffnungsfeier am Vorabend der Messe. Alle Gewinner des ToyAwards, dem internationalen Neuheitenpreis der Spielwarenmesse, sind unter [www.toy-innovation.de/gewinner](http://www.toy-innovation.de/gewinner) abgebildet. Die 59. Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg wurde feierlich vom Bayerischen Ministerpräsident Dr. Günther Beckstein und dem Bürgermeister der Stadt Nürnberg Horst Förther eröffnet. Mit der Festrede stimmte der anerkannte Hirnforscher Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer die Gäste auf das Messemotto „Spielend Lernen“ ein.



## Messegelände

Das Messezentrum Nürnberg bietet rund 160.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche in 12 Hallen und Foyers und verfügt über eine moderne Infrastruktur inklusive Kongresskapazitäten. Das zentral gelegene Messegelände verfügt über eine sehr gute Bus- und U-Bahn-Anbindung mit schneller Erreichbarkeit des Flughafens sowie ein modernes Verkehrsleitsystem.

### Hochzufriedene Besucher



A Besuch der nächsten Messe: ja, bestimmt/ja, wahrscheinlich

B Besuchsempfehlung an Kollegen und Geschäftspartner: sehr wahrscheinlich/wahrscheinlich

C Gesamtzufriedenheit der Fachbesucher: voll und ganz zufrieden/zufrieden

## ■ Werbe- und Marketingmaßnahmen

### Besucheraktivitäten

#### Werbung

- Anzeigen- und Online-Bannerschaltung weltweit
- Mehrstufige, internationale Einladungsmailings

#### Informationen zu den Messeangeboten

- play it! – Einladungsmagazin im neuen Layout
- Messe Highlights – Überblick der Sonderthemen
- ChannelGuide – Ausstellerangebot der internationalen Länderbeteiligungen
- Plan it! – Der Messe-Terminplaner
- Spielend Lernen – Wissensbroschüre der Sonderschau
- Enjoy Toy Fair City – Stadtführer Nürnberg
- Thematische Sonderflyer und Besucher-Info-Flyer

#### Online-Angebote zur Messenvorbereitung

- Online-Katalog, Online-Organizer, LicenseGuide
- E-Ticketing in 22 Ländern
- Monatlicher Newsletter play it! online in 9 Sprachen
- Elektronischer Messeguide für mobile Endgeräte

**79.816**

Fachbesucher aus  
110 Ländern

### Ausstelleraktivitäten

- Online-Service-Center zur Messenvorbereitung
- Spaceback – Bonusprogramm
- Exhibitors only – monatlicher Newsletter

#### Marketingmaßnahmen für Aussteller

- Teilnahme an Sonderthemen
- ToyAward – der Neuheitenpreis
- Get 4! Get MORE! –  
4 Services zur Neuheitenvermarktung
- Services für Einladungsmailings
- Networking auf Rahmenveranstaltungen
- Messe-TV: Der Messestand auf Film und im Internet

**2.676**

Aussteller aus  
61 Ländern

### PR-Aktivitäten

- Spielwarenmesse Dialog –  
weltweite Informationsveranstaltungen für Presse,  
Einkäufer und Aussteller
- Presse-Informationen, Foto-Datenbank,  
O-Ton-Service, TV-Footage-Service
- Presse-Services – PR-Angebot für Aussteller

**2.587**

Journalisten aus  
40 Ländern

## ■ Spielzeugsicherheit ist wichtig

Spielzeugsicherheit ist schon immer ein bedeutendes Anliegen der Spielwarenbranche. Die aktuelle Diskussion über Sicherheitsaspekte und die Überarbeitung der Spielzeugrichtlinie in der Europäischen Union verursachen viele Fragen, auf die verschiedene Informationsangebote auf der Spielwarenmesse eingingen:

- Testing & Inspecting Center:  
Gemeinschaftsstand der Prüfinstitute
- Jährliche Rundgänge des Gewerbeaufsichtsamtes
- Expertengespräch im Branchenforum:  
Spielzeugsicherheit: Neue Chance für die Branche?



## ■ Marktmeinungen

■ Mike Lee, General Manager,  
Sarah's Silks, USA:

„Die Spielwarenmesse in Nürnberg gab uns die Möglichkeit, unseren Aktionsradius enorm zu erweitern. Innerhalb eines einzigen Tages hatten wir Besprechungen mit Groß- und Einzelhändlern aus Russland, Finnland, Italien, Australien und Guatemala.“

■ Anne Leahy, Sales Manager,  
Schylling Toy, USA:

„Die Messe ist ein hervorragendes Mittel zur Erreichung unserer internationalen Geschäftsziele. Ich freue mich schon auf nächstes Jahr.“

■ Christof K. Wehner,  
Geschäftsführender Gesellschafter,  
Radio Flyer/Phoenix GmbH, USA:

„Die Spielwarenmesse 2008 war eine sehr, sehr erfolgreiche Messe mit hochkarätigen Besuchern und Kunden aus der ganzen Welt.“

■ Peter Broegger, Geschäftsführer,  
Mattel GmbH, Deutschland:

„Die Spielwarenmesse ist für uns mit die wichtigste internationale Fachmesse, auf die sich ein bedeutender Teil des internationalen Vertriebs unseres Konzerns fokussiert.“

■ Rick Amdur, President, Alex Toys, USA:

„Mit der Erweiterung unserer Vertriebsbasis hat sich Nürnberg als der ideale Treffpunkt für Besprechungen mit unseren etablierten und potenziellen neuen Vertriebspartnern erwiesen. Dieses Jahr erlebten wir geradezu eine Schwemme von Bewerbern aus den Benelux-Ländern, Tschechien, Rumänien, Finnland, Italien und der Türkei.“

■ Andreas Stadlbauer, Geschäftsführer, Stadlbauer Marketing & Vertrieb GmbH, Österreich:

„Der höchst professionell organisierte ToyAward leitete für unser Unternehmen eine sehr erfolgreiche Messe 2008 ein [...] und führte zu einem regelrechten Ansturm durch Presse und Fachhandel.“

## ■ Die Datengrundlage

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

## ■ Impressum & Kontakt

**Verantwortlich für den Inhalt:**  
Christian Ulrich | Stefanie Hohlweg  
Kyra Mende | Ivonne Seifert

**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