



## **Weltmarkt für Toys in Nürnberg: Spielwarenmesse begeistert mit Trends und neuen Networking-Formaten**

- Mehr Erlebnis und inspirierende Neuheiten
- Mehr Effizienz durch optimierte Hallenstruktur
- Mehr Austausch dank individueller Vernetzungs-Angebote

Die Spielwarenmesse ist das Branchenhighlight des Jahres und zieht vom 28. Januar bis 1. Februar 2025 zum 74. Mal die internationale Spielwarenwelt in ihren Bann. Als Präsenzveranstaltung bleibt sie in Nürnberg der unverzichtbare Treffpunkt für Business und Networking. Der Veranstalter, die Spielwarenmesse eG, hat wegweisende Neuerungen parat, die den zukünftigen Marktanforderungen entsprechen und die Position als globales B2B-Leitevent weiter stärken. Besucherinnen und Einkäufer erwarten eine zukunftsorientierte Hallenstruktur, innovative Produktneuheiten sowie exklusive Specials und viele neue Networking-Möglichkeiten.

### **Zentrale Branchenplattform**

Von etablierten Marktführern bis zu innovativen Start-ups, von Klassikern bis zu den Rising Stars – die Spielwarenmesse bildet Ende Januar die gesamte Bandbreite der internationalen Branche ab. 2.362 Aussteller aus 71 Ländern präsentieren den Entscheidern aus dem Handel ihre beeindruckende Produktvielfalt sowie Strategien und Visionen auf einer noch größeren Fläche von 175.000 m<sup>2</sup>. „Wir haben die Spielwarenmesse inhaltlich weiterentwickelt und durch den Einsatz einer zusätzlichen Halle neue Strukturen geschaffen, die der gesamten Branche von großem Nutzen sind. Darüber hinaus fördern wir mit zahlreichen Networking-Formaten – die jeweils in einem sehr ansprechenden, lockeren Rahmen stattfinden – den zunehmend wichtigen Austausch unter den Teilnehmenden“, erklärt Christian Ulrich, Vorstandssprecher der Spielwarenmesse eG. Eine aktuelle Studie des Verbands der deutschen Messewirtschaft (AUMA) bestätigt den hohen Stellenwert von Messen: Demnach können über 60 % der Geschäftskontakte digital nicht in gleicher Qualität entstehen.



### Effiziente Produktgruppen

13 Produktgruppen in 18 Hallen zeigen den Fachbesucherinnen und Einkäufern die ganze Vielfalt der Spielwarenwelt. Dank der neuen Hallenaufteilung wird der Messerundgang noch effizienter. Aufgrund der hohen Nachfrage erstmalig in einer eigenen Halle (2) vertreten, bündelt die Produktgruppe **Schulbedarf, Schreibwaren, Kreatives Gestalten** das Stationery-Angebot, das vor allem im Back-to-School- und Kreativbereich viel Potenzial bereithält. Zudem kommt erstmals die architektonisch spektakuläre Halle 3C zum Einsatz: Die einladende Atmosphäre bildet den idealen Rahmen für die wachsenden Segmente **Baby- und Kleinkindartikel** sowie **Lifestyleprodukte**. Die direkte Verbindung zu den Hallen 1, 2 und 3 stärkt Synergien zu den angrenzenden Kategorien. In Halle 7 rückt die Kategorie **Modelleisenbahnen und Modellbau** näher an „Technisches Spielzeug, edukatives Spielzeug, Aktionsspielwaren“ heran, während „Dienstleistungen für Händler und Hersteller“ die Themen Marketingservices, Verpackungen, Kassen- und Warenwirtschaftssysteme sowie Prüfinstitute umfassen. Weiterhin belegt auch die Produktgruppe **Sport, Freizeit, Outdoor** diese Halle und zieht zusätzlich in die 7A.

### Strömungen und Trends

Ein Themen-Highlight sind die kaufkräftigen Erwachsenen, die Kidults. Laut Circana beträgt der Wert des europäischen Spielwarenmarktes für Jugendliche ab zwölf Jahren und Erwachsene 4,5 Mrd. €, was einem Marktanteil von 30 % am gesamteuropäischen Spielwarenmarkt entspricht. **Toys for Kidults** ist mit den Bereichen „Collectibles“, „Creative Fantasy“ und „Tabletop Games“ prominent in Eingang Mitte platziert und umfasst abwechslungsreiche Live-Aktionen durch erfahrene Spiele-Promoter. Vom attraktiven Standort in Eingang Mitte profitieren ebenso die **ToyTrends**. Sie wurden gemeinsam mit den Mitgliedern des TrendCommittee aus elf Ländern identifiziert und halten zwei prägende Themen für das kommende Geschäftsjahr bereit. Während „Anime & Friends“ Produkte und Lizenzthemen aus dem Bereich Anime und Manga beinhalten, stehen bei „Healthy Heroes“ Bewegung, Achtsamkeit und gesunde Ernährung im Fokus.



### Inspirierende Specials

Weitere wertvolle Inspirationen für die eigene Sortimentsgestaltung versprechen die Specials in Halle 3A. Die **New Product Gallery** verschafft einen kompakten Überblick über die Neuheiten der Aussteller. Ergänzt wird der Hotspot für Innovationen durch kreative Ideen junger Talente aus der angrenzenden **StartupArea**. In ebenfalls neuem Umfeld wird das Special **Toys go Green** platziert: In Halle 3C rückt die Fläche nachhaltige Spielwaren ins Rampenlicht und bietet entsprechende Wissensvermittlung. Darüber hinaus trägt eine neue Aktionsfläche zum bestmöglichen Besuchererlebnis bei: Beim Special **Sport, Freizeit, Outdoor** (7A) animiert eine 500 m<sup>2</sup> große Testing Area die Messegäste dazu, aktiv Produkte auszuprobieren. Für Ballsportarten und andere Freizeitspiele steht eine Spielfläche zur Verfügung. Für RideOns, Roller und Fahrräder gibt es eine Teststrecke mit Hindernissen und verschiedenen Bodenbeschaffenheiten. Spektakulär ist die Chilli Pro Scooter Stunt Show, die zweimal am Tag auf der Halfpipe stattfindet.

### Kompakte Wissensvermittlung

Neben Neuheiten und Networking steht die Spielwarenmesse auch für den Erwerb von Toy-Know-how. Ein Garant dafür ist seit 20 Jahren das **Toy Business Forum**. Das Vortragsareal glänzt zum Geburtstag mit einem neuen Standkonzept sowie einem erweiterten Programm: Den Start bildet im Rahmen des PressDay am 28. Januar der ToyPitch. Dabei präsentieren Aussteller ihre Produktneuheiten in kurzen Slots medienwirksam der Presse. Hinzu kommen Live-Podcasts mit spannenden Gästen. Jeweils zur Mittagspause laden eine Band und Foodtrucks zum lockeren Networking ein. Am Nachmittag erfolgen Vorträge zu Trends in der Spielware und im Handel, Künstliche Intelligenz, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Kidults. Als Anlaufstelle für alle Themen rund ums Lizenzgeschäft dient Lizenznehmern, -gebern sowie dem Handel die **LicenseLounge** im Foyer NCC West. Das Potenzial ist riesig: Der Global Licensing Industry Study 2023 von Licensing International zufolge liegt der weltweite Umsatz mit lizenzierten Waren und Dienstleistungen bei 357 Mrd. US\$. In Kooperation mit dem Weltverband umfasst die LicenseLounge eine Networking-Area sowie die LicenseTalks.



### Erlebnisreiche Networking-Events

Die Spielwarenmesse bietet zahlreiche Gelegenheiten für den persönlichen Austausch. Ein Highlight ist die **ToyAward Verleihung**, bei der das Fachpublikum am Mittwoch, den 29. Januar, die Möglichkeit hat, live dabei zu sein. Die Gewinner des bedeutenden Branchenpreises werden ab 10.30 Uhr im Toy Business Forum in sechs verschiedenen Produktkategorien verliehen. Modellautofans erleben am Donnerstag, den 30. Januar, eine besondere Premiere: Mit der Aufnahmezeremonie in die **Model Car Hall of Fame (MCHOF)** würdigt die Diecast-Community von hobbyDB – der weltweit am schnellsten wachsenden Datenbank für Sammlerstücke – die Pioniere der Modellfahrzeugindustrie. Ab 18 Uhr laden Aussteller die Besucherinnen und Besucher der Spielwarenmesse zur **RedNight** ungezwungen auf ihre Stände in verschiedenen Hallen ein, um den dritten Messetag bei einem leckeren Drink, kulinarischen Highlights und guter Musik ausklingen zu lassen und damit die Kontaktpflege zu fördern. Am Freitag, den 31. Januar, ist die **Internationale Spieleerfindermesse – Game Inventors Convention** exklusiver Treffpunkt für die weltweite Spiele-Community. Autorinnen und Autoren aus 19 Ländern präsentieren an 150 Tischen den Redaktionen der Spielverlage sowie für Presse und Content Creators ihre Prototypen auf Ebene 1 im NCC Mitte. Im Anschluss animiert die GamingHour zum Feiern, Netzwerken und Weiterspielen. Medienschaffenden wird bereits am ersten Messetag viel geboten: Zum **PressDay** sind Aussteller dazu aufgerufen, ihre Neuheiten direkt an den Ständen durch aufmerksamkeitsstarke Aktionen hervorzuheben.

„Mit wegweisenden Trends und neuen Potenzialen liefert die Spielwarenmesse allen Teilnehmenden entscheidende Impulse für das kommende Jahr. Unsere verschiedenen Formate betonen zudem den menschlichen Aspekt. Sie schaffen unvergessliche Erlebnisse, die den Zusammenhalt in der internationalen Spielwaren-Community stärken“, resümiert Christian Ulrich.

Bildmaterial steht Ihnen unter [www.spielwarenmesse.de/media](http://www.spielwarenmesse.de/media) zur Verfügung.

23.1.2025 – sw



Die Produktgruppen der <b>Spielwarenmesse®</b>	Halle
Puppen, Plüsch	1
Schulbedarf, Schreibwaren, Kreatives Gestalten	2
Holzspielwaren, Spielzeug aus Naturmaterial	3, 3A
Baby- und Kleinkindartikel	3C
Lifestyleprodukte	1, 3C
Techn. Spielzeug, edukatives Spielzeug, Aktionsspielwaren	4, 4A, 5, 6
Elektronisches Spielzeug	4A
Modelleisenbahnen und Modellbau	7
Dienstleistungen für Händler und Hersteller	7
Sport, Freizeit, Outdoor	7, 7A
Festartikel, Karneval, Feuerwerk	9
Spiele, Bücher, Lernen und Experimentieren	10.0, 10.1, Foyer 10
Mehrbranchengruppe	11.0, 11.1, 12.0, 12.2

### **Spielwarenmesse®**

Sie ist das globale Leitevent der Branche: die Spielwarenmesse®. Auf der B2B-Veranstaltung präsentieren sowohl Key Player als auch Startups dem Handel aus aller Welt ihre Innovationen und Trends live in Nürnberg. Die Teilnehmenden erhalten auf dem für sie wichtigsten Treffpunkt neben dem umfassenden Produktangebot auch viel Inspiration für ihren Geschäftsalltag sowie wertvolles Branchenwissen und nützliche Marktorientierung. Als Ergänzung liefern die multifunktionale Plattform Spielwarenmesse® Digital und das E-Journal „Spirit of Play“ ganzjährig Themen, Analysen und Insights rund ums Spielen. Seit 2013 ist die Bezeichnung Spielwarenmesse® als Wortmarke in Deutschland geschützt.

Messetermin: Spielwarenmesse® Dienstag bis Samstag, 28. Jan – 1. Feb 2025