



### El aniversario impulsa: Spielwarenmesse refuerza su posición de liderazgo global

- La plataforma del sector con proyección internacional
- Motor de inspiración e innovación del mundo del juguete

La 75. edición de Spielwarenmesse permanecerá durante mucho tiempo en la memoria del sector: inusual como no lo había sido en años y acompañada de numerosas acciones conmemorativas, convenció del 27 al 31 de enero en Núremberg gracias a una atmósfera especialmente animada. Un total de 2.313 expositores de 68 países contribuyeron al buen desarrollo del evento y presentaron en el recinto ferial un amplio abanico de productos, entre ellos el segmento en crecimiento de los kidults. Alrededor de 58.900 visitantes (+2,5 %), procedentes de 121 naciones, recibieron con gran entusiasmo las tendencias y las innovaciones, así como los nuevos formatos y las oportunidades de networking.

El ambiente en el sector fue optimista a pesar del actual contexto geopolítico. El 93 % de los expositores —es decir, un 3 % más que el año anterior— se mostraron satisfechos con su participación. Mattel celebró varios lanzamientos globales en su stand, mientras que Simba Dickie Group convenció sobre todo por la calidad del público profesional. Al respecto, Florian Sieber declaró: «A nivel internacional no hay otra feria que tenga para nosotros esta relevancia».

Entre los diez principales países de procedencia de los visitantes siguen figurando, como siempre, los EE. UU. Asia logró aumentar su presencia de forma desproporcionada en el ranking gracias a China y Hong Kong, ya que la feria no coincidió con el Año Nuevo Chino. Además, México y Turquía registraron crecimiento. En importantes mercados europeos, las cifras aumentaron, entre otros, en Reino Unido y Francia. Los visitantes procedentes de Alemania, cuyas cifras ya habían crecido el año pasado, se mantuvieron en ese nivel. La elevada presencia global y la atmósfera especial de la 75.ª edición fueron también claramente perceptibles para Roger Kettler, de Carrera Revell



Europe: «Nos alegramos especialmente por el enorme interés mediático: vinieron muchos equipos de televisión, prensa nacional y regional, así como creadores de contenido».

Los dos ToyTrends, «AI Loves (to) Play» y «Creative Mindfulness», marcaron impulsos de gran calado. Se representaron con viveza mediante numerosos ejemplos de producto en Spielwarenmesse, al igual que «Toys for Kidults». El auge de los adultos que juegan permitió a iDventure dar el salto definitivo y le valió uno de los seis codiciados premios ToyAward. «La victoria nos ha provocado más estrés positivo y ha atraído una mayor atención hacia nuestro stand», se congratula Christoph Kossendey. Leonard Mieg, de la empresa Tipp-Kick —que figura entre los 14 expositores originales—, informa de una mayor afluencia de comerciantes especializados procedentes de la región DACH. Spielwarenmesse es una cita imprescindible para cualquiera del sector del juguete: un evento enérgico con una variada oferta de productos», opina Kathy Trivsonno, de la asociación comercial estadounidense ASTRA.

Spielwarenmesse es asimismo una prueba patente del éxito y la relevancia del negocio de licencias. «No solo lo vemos en las superficies de exposición, sino también en la LicenseLounge y en nuestro stand vecino de Licensing International, que se han convertido en la base de la industria de licencias en la feria», subraya Petra Strobl, de Licensing International Germany. Nuevamente se transmitieron valiosos conocimientos sobre el negocio del juguete en el Toy Business Forum. La Value of Play Conference celebró aquí un exitoso estreno. «El evento ofreció contenidos de alta calidad y cuidadosamente seleccionados; los ejemplos prácticos y las cifras concretas de mercado enriquecieron considerablemente mis conversaciones en la feria», afirma la editora polaca Dorota Mazurek. La Game Inventors Convention también cosechó un gran respaldo; por primera vez estuvieron presentes organizaciones internacionales de juegos. Mary Couzin, de la Chicago Toy and Game Group, también participó: «La atmósfera generó un efecto de atracción del que todos se benefician: un magnífico intercambio para la comunidad de juegos».



Además de los impulsos temáticos, la feria marcó estándares en la creciente interconexión entre los participantes. « Spielwarenmesse es la mejor oportunidad de networking para todo el sector del juguete», señala Lucca Liv, de Unique Baby (Dinamarca). La exclusiva ToyNight reunió a todos los expositores bajo el lema «Welcome to the Future», mientras que la RedNight del jueves creó un ambiente desenfadado en los pabellones de la feria. René Bleckmann, de Party Factory, destaca: «El evento es muy, muy importante para nosotros para conversar con clientes y socios comerciales potenciales y para celebrar con ellos». Las iluminaciones de la Kaiserburg y de la Frauentorturm subrayaron el espíritu festivo en la ToyCity Núremberg, donde más de un participante de la feria experimentó la nieve por primera vez.

La elevada satisfacción de los expositores también se refleja en las cifras: el 90 % de las empresas planea volver a exponer en Núremberg del 2 al 6 de febrero de 2027. «Con ello, Spielwarenmesse ha reafirmado una vez más su posición de liderazgo global y ha subrayado su papel como punto de encuentro central para el comercio, la industria y los medios, donde la inspiración, la innovación y el networking se combinan a un alto nivel», resume Christian Ulrich, portavoz del Vorstand de Spielwarenmesse eG.

Imágenes disponibles en [www.spielwarenmesse.de/media](http://www.spielwarenmesse.de/media).

31.1.2026 – sw

### **Spielwarenmesse®**

Spielwarenmesse® es el evento líder del sector a nivel mundial. Este acontecimiento B2B reúne en Núremberg tanto a grandes empresas como a jóvenes talentos y *start-ups* para presentar a los visitantes llegados de todo el mundo las últimas tendencias en juegos y juguetes. La cita por excelencia del sector presenta toda la oferta de productos y servicios existente en la actualidad y proporciona conocimientos especializados y una orientación clara de mercado con propuestas inspiradoras para impulsar su negocio diario. Por su parte, la plataforma multifuncional Spielwarenmesse Digital y la revista digital *Spirit of Play* tematizan la actualidad del sector durante todo el año a través de numerosos reportajes, informes y análisis. Spielwarenmesse® es una marca registrada en Alemania desde el año 2013.

Próxima edición: Spielwarenmesse® Martes 27 de enero a sábado 31 de enero de 2026