

Spielwarenmesse eG unterstützt bundesweite Bildungsinitiative Media Smart

Kinder und Jugendliche für die Medienwelt stärken: Dafür setzt sich die Spielwarenmesse eG ein und unterstützt als neues Fördermitglied den Verein Media Smart. Seit 2004 fördert die in Köln ansässige Bildungsinitiative bundesweit die Werbe- und Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen. Gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus Pädagogik sowie Wissenschaft entwickelt der Verein kostenlos verfügbare Materialien für Vor-, Grund- und weiterführende Schulen sowie Eltern. Die Arbeitsblätter, Hörbeispiele und Erklärvideos vermitteln grundlegende Kenntnisse über Erscheinungsformen sowie Platzierung von Werbung und sensibilisieren Kinder sowie Jugendliche für einen reflektierten Umgang mit Medien. Unterstützt wird der Verein auch von weiteren Akteuren der Spielwarenbranche wie Lego, Mattel, Hasbro und dem Deutschen Verband der Spielwarenindustrie (DVSI).

Digitale Medien sind fester Bestandteil des Alltags von Kindern und Jugendlichen. Die Fähigkeit, sie verantwortungsvoll zu nutzen und aktiv mitzugestalten, ist für Christian Ulrich, Vorstandssprecher der Spielwarenmesse eG, eine Schlüsselkompetenz: „Ein kompetenter Medienumgang bildet die Basis dafür, dass sich Kinder und Jugendliche souverän in der digitalen Welt bewegen können – sowohl privat als auch in ihrem Schulalltag und später im Beruf. Mit der Fördermitgliedschaft unterstützen wir gerne die Ziele von Media Smart, die Werbe- und Medienkompetenz ab dem Vorschulalter zu stärken.“ Im Rahmen ihres Corporate Social Responsibility Programms engagiert sich die Spielwarenmesse eG bereits seit vielen Jahren in branchenübergreifenden Kooperationen. Dazu gehören die Fair Toys Organisation, das Spielzeugmuseum und das Haus des Spiels in Nürnberg sowie Aktionen zum International Day of Play.

Bildmaterial steht Ihnen unter www.spielwarenmesse-eg.de/media zur Verfügung.

10.3.2026 – kk

Spielwarenmesse eG

Vielseitig aufgestellt und international ausgerichtet – so repräsentiert die Spielwarenmesse eG die Spielwarenbranche und weitere Konsumgütermärkte. In seiner Rechtsform als Genossenschaft ist das Unternehmen einzigartig unter den Messengesellschaften und äußerst erfolgreich: Das 60-köpfige Team agiert von der „ToyCity“ Nürnberg aus und wird durch Repräsentanten in über 100 Ländern unterstützt.

Im Portfolio befinden sich zwei Weltleitmessen: Die **Spielwarenmesse** in Nürnberg ist im B2B- und die **SPIEL** in Essen im B2C-Bereich international führend. Hinzu kommen die **Kids India** in Mumbai sowie das Messeprogramm **World of Toys by Spielwarenmesse**, das Herstellern mittels Gemeinschaftsbeteiligungen in **Hongkong, Tokio** und **New York** Eintritt in neue Märkte eröffnet. Eigene Tochterunternehmen an den wichtigen Standorten **China** und **Indien** sorgen für die entsprechende Expertise direkt vor Ort. Durch das geballte Know-how sowie das globale Netzwerk entwickeln sich die Messemacher immer stärker zu Impulsgebern und Wegbereitern von Branchenthemen und Trends. Als jüngstes Beispiel dient die **BRANDmania**, die das Thema Lizenzen und Partnerschaften in Essen unkonventionell und zukunftssträftig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv (www.spielwarenmesse-eg.de).