

Zentrale Plattform für Innovation und Austausch

Messen als Motor der Spielwarenbranche

geschrieben von Christian Ulrich

Messen bleiben für den Spielwarenbereich unerlässlich. Sie bieten Herstellern, Händlerinnen und Einkäufern sowie Multiplikatoren wertvolle Kontakte, jede Menge Trends und Neuheiten sowie wichtige Inspiration für ihren künftigen Geschäftsverlauf. Als internationaler Branchentreffpunkt nimmt die Spielwarenmesse in Nürnberg dabei eine herausragende Rolle ein. Für die Verantwortlichen, die Spielwarenmesse eG, sind Spielsachen jeglicher Art emotionale Konsumgüter, die für den Einkauf mit allen Sinnen erfasst werden müssen. Gleichzeitig tragen die Veranstalter eine wichtige kulturpolitische Verantwortung und betonen die gesellschaftliche Relevanz des Spielens.

Branchenmessen weltweit

Neben der Spielwarenmesse – der Name genießt trotz seiner generischen Bedeutung markenrechtlichen Schutz – gibt es auf internationalem Terrain noch weitere Messen, die für Fachbesuchende der Spielwarenbranche in ihren jeweiligen Ländern von Bedeutung sind. Zu den größeren gehören die Toy Fair New York in den USA, die Hong Kong Toys & Games Fair in China und die Tokyo Toy Show in Japan. Bei allen drei Events ist die Spielwarenmesse eG mit Gemeinschaftsständen vertreten, um Ausstellern den Eintritt in neue Märkte zu erleichtern. Darüber hinaus veranstaltet das Unternehmen die Kids India in Indien, und hat in Deutschland noch eine Weltleitmesse im B2C-Bereich zu bieten: die SPIEL in Essen. Der Fokus liegt hier auf Brett- und Gesellschaftsspielen, die in Deutschland einen hohen Stellenwert genießen, da Spiele ein Teil der Kultur sind. Die Branchenmessen tragen ihren Teil dazu bei, indem sie Werte wie Bildung, Kreativität und Nachhaltigkeit fördern.

Relevanz für die Zielgruppe

Und sie haben noch eine Gemeinsamkeit: Sie dienen als Schaufenster für Innovationen. Sie sind ebenso essenziell, um Trends und Neuheiten multisensorisch zu erleben und live vom immer wichtiger werdenden Networking zu profitieren. Händlerinnen und Händler können ihr Sortiment erweitern und neue Lieferanten finden, Aussteller erhalten direktes Feedback von den Handelspartnern, und Branchenexperten haben die Gelegenheit, Trends zu identifizieren sowie Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Damit liefern Messen auch wichtige Impulse für die Produktentwicklung, die Vermarktung und die strategische Ausrichtung ihrer Aussteller: Sie fungieren als Gradmesser für die wirtschaftliche Lage und die Innovationskraft der Branche. Die Spielwarenmesse schafft als Leitplattform ein optimales Umfeld für effizientes Business. Dank des vielfältigen Ausstellermixes aus internationalen Key-Playern sowie innovativen Startups und des sehr hohen Anteils an Entscheidern auf Besucherseite, ist sie die zentrale Networking-Plattform für den Spielwarenhandel und die Spielwarenindustrie.

Spielwarenmesse und SPIEL als Impulsgeber der Branche

Eine ebenso große Anziehungskraft strahlt die SPIEL aus, die jeweils im Herbst über 900 Aussteller und 200.000 Endverbraucherinnen und -verbraucher begrüßt. Die Spielwarenmesse zieht Anfang des Jahres über 2.300 Aussteller und mehr als 57.000 Fachbesucherinnen und -besucher an. Mit 13 Produktgruppen bildet die Weltleitmesse im B2B-Sektor die große Vielfalt der Spielwarenwelt ab und zeigt mit themenspezifischen Specials aktuelle Innovationen und Trends von morgen auf. Dabei gilt es, neue langfristige Marktentwicklungen frühzeitig zu erkennen und ihre Potenziale für die Branche zu identifizieren. Aktuelle Beispiele sind dabei die Specials ToyTrends, Toys go Green und

Toys for Kidults. Letzteres fokussiert den stark wachsenden Markt spielender Erwachsener als neue relevante Zielgruppe. Darüber hinaus bietet die Messe im hauseigenen Toy Business Forum Vorträge und Best-Practice-Beispiele, die den Besuchenden kostenfrei Inspiration und praxisnahe Anregungen für ihre eigenen Geschäftsmodelle liefern. Die Veranstaltung ist somit weit mehr als eine Verkaufsplattform. Sie ist Impulsgeber, Trendsetter und Treffpunkt der Branche.

Blick in die Zukunft

Bereits heute und auch künftig steht das Team der Spielwarenmesse das ganze Jahr über im engen Dialog mit der Zielgruppe. Dadurch erhält es wertvolle Anregungen, um das Format stets an die Wünsche und Bedürfnisse von Handel und Industrie anzupassen. Messen in der Spielwarenbranche werden somit nahbarer, individueller und erlebnisreicher. Gleichzeitig sind sich die Veranstalter ihrer Verantwortung bewusst: Sie setzen Impulse für den Diskurs über die Rolle von Spielzeug als Teil der kulturellen Identität und seine Bedeutung für die Entwicklung von Kindern und Erwachsenen. Sie schaffen eine Atmosphäre, in der Innovationen geboren und Geschäftsbeziehungen gestärkt werden. Gerade in einer Zeit rasanter Veränderungen und Herausforderungen – von der Digitalisierung über regulatorische Anforderungen bis hin zu steigenden Produktionskosten und makroökonomischen Unsicherheiten – behalten sie ihre immense Bedeutung für die Zukunft der Spielwarenbranche.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 2/2025](#).