

10.02.2009 - 11:30 Uhr

Spielwarenmesse erfüllt eindrucksvoll die Vorgaben der Kanzlerin - Positive Stimmung bei Ausstellern und Besuchern sorgt für optimistischen Jahresausblick

Nürnberg (ots) -

Die Jubiläumsmesse erfüllte den Aufruf der Bundeskanzlerin anlässlich der Eröffnungsfeier, für die Branche und die deutsche, exportorientierte Wirtschaft positive Signale zu setzen. Vom 05. bis 10.02.2009 kamen rund 76.000 Einkäufer und Händler (2008: 79.800) aus 115 Ländern zur 60. Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg. Deren Orderabsicht stand der des Vorjahres in nichts nach, womit die gedämpften Erwartungen der Hersteller deutlich übertroffen wurden. In den Messehallen herrschten positive Stimmung und optimistische Töne.

Dass hierbei, trotz eines aktuell schwierigen Marktumfeldes, alle wichtigen Fachbesucher in Nürnberg waren, unterstreicht die Anziehungskraft der Messe und die Bedeutung als internationaler Branchenmagnet. "Von allen Großkonzernen waren in diesem Jahr auch die Vorstände vertreten", resümierte Uwe Weiler, Geschäftsführer der Simba Toys GmbH & Co. KG und zielt damit auf die hervorragende Qualität der Fachbesucher ab. Der moderate Rückgang der Besucherzahlen, im Vergleich zu Wettbewerbsmessen, erstreckte sich über viele Länder. Dazu gehörten vor allem Staaten der russischen Föderation und der baltischen Region, die mit Währungsverfall und einer angespannten wirtschaftlichen Situation konfrontiert sind. Aus Großbritannien kamen auch witterungsbedingt weniger Besucher. Aus anderen osteuropäischen Ländern kamen jedoch deutlich mehr Fachhändler und Einkäufer, beispielsweise aus Polen mit 17 Prozent und Bulgarien mit 28,8 Prozent Steigerung.

Die Suche nach Neuheiten bleibt der wichtigste Grund für den Messebesuch. Doch spielte in diesem Jahr die Intensivierung der bestehenden Geschäftskontakte ebenfalls eine besondere Rolle. Im Schlußschluss besannen sich Handel und Industrie auf die Stärke der Gemeinsamkeit, die sich in sehr konstruktiven Gesprächen äußerte. Die Fachbesucher quittierten dies mit einer Wiederbesuchsabsicht von 82,5 Prozent (2008: 88,8 Prozent) und betonten dabei die Wichtigkeit der Spielwarenmesse, um Einkaufsentscheidungen treffen zu können.

Von den 2.689 Ausstellern haben 89,3 Prozent der Unternehmen schon jetzt ihre Wiederbeteiligung für 2010 angekündigt (2008: 89,7 Prozent). Die Zufriedenheit der Aussteller mit der Messedurchführung bestätigt Simon Kohler, Group Marketing Manager von Hornby: "Die perfekte Organisation lief vorab einwandfrei und hat uns viel Arbeit abgenommen. Das gut geschulte Personal rundet das Bild der Weltleitmesse ab." Damit stieg der Anteil der Aussteller, die einen sehr guten oder guten Gesamteindruck von der Messe haben auf 80,0 Prozent (2008: 79,2 Prozent). Martin Frechen, Geschäftsführer der Margarete Steiff GmbH beschreibt die Stärken der Fachmesse für Spielwaren, Freizeit und Hobby in präzisen Worten: "Nürnberg ist der entscheidende Marktplatz, um eine Marke international zu inszenieren." Auch Mattel setzte auf die Strahlkraft der Spielwarenmesse und wählte die PressPreview in Nürnberg als weltweiten Auftakt für Barbies 50. Jubiläum: "Der Mittwoch war

sensationell und die Medienresonanz in aller Welt überwältigend", sagte Andreas Schäfer, Country Manager Deutschland & Österreich der Mattel GmbH.

Händler profitieren neben dem weltgrößten Spielwarenangebot von einer Fülle an Anregungen. "Neben neuen Produkten und vielen Ideen nehmen wir auch jede Menge Begeisterung für Spielwaren mit ins Tagesgeschäft", freut sich Edith Winter, Geschäftsführerin Spielwaren Kurtz, die mit über 30 Mitarbeitern nach Nürnberg reiste. Im InnovationCenter, das die Aussteller zunehmend für die Vorstellung ihrer Produkte nutzten (Steigerung um 10 Prozent), fanden die Fachhändler verstärkt Neuheiten. Von ihrer Suche nach neuen Kontakten profitierte das New Exhibitor Center, das mitten im Messegesehen in Halle 11.1 regen Zuspruch fand. Zahlreiche Impulse vermittelten auch die Expertenvorträge im Toy Business Forum. Die guten und sehr guten Bewertungen der Besucher stiegen von 46,7 Prozent im Vorjahr auf 72 Prozent. Auf starkes Interesse stieß unter anderem der Vortrag von Prof. Peter Wippermann über Trends, die für den Spielwarenhandel relevant werden. Das Forum widmete sich auch den Umsatz-Plus-Sortimenten aus Sport, Freizeit- und Outdoorartikeln sowie dem Schulbedarf, mit deren Unterstützung Spielwarenhändler neben dem Weihnachtsgeschäft weitere saisonale Schwerpunkte setzen können. Der Outdoorbereich stand am Sportthementag, dem Messemontag, im Fokus. Zahlreiche Aktionen wiesen Besucher auf das zusätzliche Sortiment hin, das für den Spielwarenhandel eine attraktive Ergänzung darstellt. Die Sonderschau ToyGenerations - Family gab nicht nur Vorschläge zur Gestaltung stimmiger Sortimente für Familienspiele, sondern bot auch Tipps zur wirksamen Präsentation im Handel an. Alle Veranstaltungen erhielten von Einkauf und Handel Bestnoten.

"Way to School", die Präsentation von Schreibwaren und Schulbedarf, setzte ihren Erfolg vom Vorjahr fort. Die führenden Markenartikler sagten bereits während der Messelaufzeit ihre erneute Beteiligung an dem stimmigen Konzept für 2010 zu. So auch Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell, Vorsitzender des Vorstandes der Faber-Castell A. W. GmbH & Co: "Die Spielwarenmesse 2009 war für Faber-Castell ein voller Erfolg. In einem attraktiven Umfeld konnten wir noch mehr qualifizierte Kontakte knüpfen als bereits im Vorjahr. Die Synergien von Schreibwaren und Spielzeug überzeugten Händler aus aller Welt."

Mit zahlreichen Feierlichkeiten zum 60. Jubiläum gelang es dem Team der Spielwarenmesse eG, die innige Verbundenheit der Fachbesucher und Aussteller mit ihrer Messe erlebbar zu machen. Besonders begeistert waren Hersteller und Händler von der Eröffnungsfeier, in der die Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel der Spielwarenbranche persönlich in Nürnberg zur Jubiläumsmesse gratulierte. Wolfgang Müller, Geschäftsführer der C. Kreul GmbH & Co. KG, lobte den Galaabend als "klasse Veranstaltung, bei der sehr viel Wärme zu spüren war". Der Einladung zu Let's Party! am Messesamstag, der größten Feier in der Geschichte der Spielwarenbranche, folgten rund 3.000 Messegäste ins CCN Ost. Auf drei Ebenen feierte, spielte und tanzte die ganze Welt der Spielwarenakteure. Als Dank für sechs Jahrzehnte Gastfreundschaft feierte die Spielwarenmesse eG mit der Nürnberger Bevölkerung das Jubiläum in der Innenstadt. Rund 200.000 Gäste erlebten bei verlängerten Ladenöffnungszeiten in der spielerisch dekorierten Stadtmitte ein mitreißendes Unterhaltungsprogramm auf drei Bühnen, Spielveranstaltungen sowie Attraktionen auf Show-Trucks und die Verteilung einer Riesengeburtstagskugel, die die NürnbergMesse GmbH der Spielwarenmesse eG schenkte.

Die Spielwarenmesse, 1950 von vier Spielwarenherstellern

gegründet, bewies zum 60. Mal, dass sie auch in einem herausfordernden Umfeld die Strahlkraft hat, positive Signale für die gesamte Spielwarenbranche zu setzen. Damit stehen alle Signale auf Grün für die nächste Messe, die vom 04. - 09.02.2010 stattfinden wird.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Informationen zur Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg 2009:

Presse-Informationen: www.spielwarenmesse.de/pk

Fotomaterial: www.spielwarenmesse.de/photos

O-Töne: www.spielwarenmesse.de/radio

Spielwarenmesse eG

Kyra Mende

Press Officer

Münchener Str. 330

90471 Nürnberg, Germany

Tel.: +49(0)911/99813-33

Fax: +49(0)911/99813-40

Email: k.mende@spielwarenmesse.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004257/100577493> abgerufen werden.