



La Spielwarenmesse amplía su posición como único evento global del ramo

- Kidults en auge: Inspiración para el futuro
- Intenso sentimiento de unidad en el mejor ambiente

La Spielwarenmesse ha defendido con éxito su papel único como líder en el mercado mundial. Entre el 30 de enero y el 3 de febrero se reunió el ramo completo en el Recinto Ferial de Núremberg para su único evento global del año. 2.354 expositores de 68 países – y con ello 10 por ciento más que el año pasado – aprovecharon la oportunidad de dar a conocer sus tendencias y novedades. Junto a las novedades de productos, a los 57.000 visitantes de 125 países que se encontraron aquí, les esperaban amplias y variadas oportunidades de establecer contactos y muchas sugerencias sobre el tema estrella de Kidults.

„La Spielwarenmesse es la única constante en la que se puede confiar, en este tiempo de las ferias regionales y nacionales del ramo, que buscan de momento su nuevo ritmo“, explica Helena Perheentupa de la empresa norteamericana Wyncor. En consecuencia, ha crecido una vez más la importancia del evento especializado. El 97 por ciento (2023: 95 por ciento) de los expositores consideran la participación en Núremberg importante o muy importante. RAM Ronen; de PMI Trading & Enterprise, explica: „Como feria líder, la Spielwarenmesse es el lugar en el que se encuentran todos de todo el mundo. Esta oportunidad no se presenta en ningún otro evento.“ Para el vicepresidente, la Feria es la oportunidad perfecta para encontrarse con clientes actuales y establecer nuevos contactos. Paul Heinz Bruder, CEO de Bruder Spielwaren, añade: „Tenemos la oportunidad de recibir en nuestro stand a todos los clientes, interesados y representantes de la prensa de todo el mundo -desde Nueva Zelanda, Asia, Europa, USA hasta Sudamérica.“ Andrea Herre, de Spin Master International, también estima la calidad de los visitantes como muy positiva: „En nuestro stand estuvieron todos los decisores importantes y key accounts“. Según Christian Ulrich, portavoz del consejo de administración de la Spielwarenmesse eG, China pudo restablecer el alto nivel de antes de la pandemia como uno de los mercados de consumo más importantes. Además,

zonas de Asia Central como Kazajistán y Ucrania han desarrollado una dinámica que compensa en parte la ausencia de Rusia. Y también los Estados Unidos, que el año pasado ya habían despertado gran interés, se encuentran entre los top 10 de los países visitantes.

En total, más del 90 por ciento de los expositores están satisfechos con su participación. „La Spielwarenmesse es el centro del universo de los juguetes“, explica Jennifer McIver del Wishbone Design Studio. „Podemos presentar nuestras novedades a muchísimos países en un solo lugar. Y también descubrimos aquí las tendencias más novedosas.“ Con sus temas especiales, la Spielwarenmesse ha demostrado una vez más que es el impulsor del ramo. „El tema central de ‚Kidults‘, que hemos integrado con gusto en el marco de nuestras novedades, nos pareció especialmente interesante“, dice el gerente de Fischertechnik Thomas Bußhardt. La Spielwarenmesse se ha centrado con la superficie especial „Life’s a Playground – Toys for Kidsters, Kidults & Co.“, más un estudio internacional y charlas de expertos, en los adultos como grupo de destinatarios para ofrecer al comercio sugerencias con potencial de futuro. Christian Ulrich subraya que „fabricantes de renombre como Mattel han integrado el tema de manera destacada. Pero también las cifras de mercado de la empresa de investigación de mercados Circana demuestran que hemos acertado con el tema del momento.“

Adicionalmente, los numerosos actos durante la Spielwarenmesse subrayan la gran importancia global: Tanto el desayuno anual del grupo Disney como el de Circana han pasado de ser eventos europeos a serlo mundiales. Aparte de eso, las licencias adquieren cada vez más importancia. Por eso se ha ampliado la cooperación con la Asociación mundial Licensing International y con BRANDMate – el evento B2B en torno a asociaciones, colaboraciones y licencias. „Los LicenseTalks han sido para nosotros una ocasión perfecta para generar nuevos conocimientos“, declara Maria Gunderson de la empresa emergente Flops. En la nueva LicenseLounge se encontraron todos los que tiene nombre y reputación. Licenciarios como Paramount, NBCUniversal y Warner Bros. estuvieron presentes. „En la Spielwarenmesse están todos los interesados“,

destaca Martina Vierkötter de Haba, para la que ganar el ToyAward en la categoría Baby & Infant ha sido la guinda: „Es una hermosa oportunidad para charlar, nos ha dado un impulso notable y ocasionado varios encuentros espontáneos.“ Gracias al galardón con el ToyAward en el sector Teenager & Adults fueron también muchos visitantes al stand de FizzCreations. „Estamos muy contentos de ser parte de esta increíble Feria“, subraya Caroline Hedges.

Los expositores estimaron el programa marco de manera tan positiva como la oferta de servicios. A la segunda RedNight invitaron el jueves por la noche más de 100 expositores a visitantes interesados directamente a su stand. Según Waltraud Maria Iden, del grupo Iden, „la conversación personal con los clientes, el desarrollo de contactos y el ambiente inspirador son piezas importantes.“ La directora de Vedes, Julia Graeber, también destaca el ambiente general positivo: „La Spielwarenmesse es una plataforma muy animada para el intercambio intenso – un auténtico encuentro de amigos que refleja la cordialidad y solidaridad de nuestro ramo.“ Participaron en los cinco días de la Feria tanto comerciantes individuales de pymes como los grupos líderes de comercio – entre ellos Auchan, Amazon, Costco, Müller, Target, Smyths Toys y Walmart.

La Spielwarenmesse ha fomentado los contactos personales y el establecimiento de redes con sugerencias comunicativas de contactos para diferentes grupos de destinatarios. Por ejemplo, los interesados en los juegos pudieron establecer contactos importantes en la segunda edición de la feria internacional de inventores de juegos – Game Inventors Convention el viernes. También fue un éxito el segundo OPEN DAY, al que asistieron el sábado 3.200 consumidores finales en el pabellón de modelismo y trenes en miniatura. Florian Sieber, CEO del grupo Simba Dickie, lo resume así: „Con su variedad, un programa marco amplio y el servicio único, la Spielwarenmesse ha demostrado de nuevo este año que sigue siendo el punto de encuentro internacional del ramo. El ‚Spirit of Play‘ se notaba en todas partes.

El 84 por ciento de los expositores (2023: 83 por ciento) planean una nueva participación en la Spielwarenmesse. La próxima edición tiene lugar entre el



martes, 28 de enero y el sábado, 1 de febrero de 2025.

Material gráfico disponible en www.spielwarenmesse.de/media.

3 de febrero de 2024 – sw

Spielwarenmesse®

El proveedor de servicios feriales y de marketing Spielwarenmesse eG es la entidad organizadora de Spielwarenmesse®, la feria de juguetes, hobbies y artículos de ocio líder en el mundo. Esta feria B2B agrupa a expositores de todos los países del mundo y constituye la plataforma de ventas y comunicación por excelencia del sector. La amplia perspectiva general que ofrece de la actualidad del sector y de las últimas novedades y tendencias la convierten en un valioso *pool* de información y en una auténtica brújula para comerciantes de juguetes de todo el mundo. A ello cabe añadir la plataforma multifuncional Spielwarenmesse® Digital, creada en 2022 para ampliar la oferta ferial. Spielwarenmesse® es una marca registrada también en Alemania desde el año 2013.
Próxima edición: Spielwarenmesse®, martes a sábado, 28 de enero – 1 de febrero de 2025