

### Team-Aktion der Spielwarenmesse: Gemeinsam anpacken für den guten Zweck

Zusätzliches Engagement für Projekte außerhalb der Messehallen: Bei der Spielwarenmesse eG ist die gemeinnützige Arbeit ein Bestandteil des internen Corporate-Social-Responsibility-Programms (CSR). Am 3. Mai haben sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Nürnberger Messe- und Marketingdienstleisters zusammengefunden, um den Naturerlebnispfad „Lebensader Bahn 2.0“ auf der stillgelegten Bahnstrecke entlang der ehemaligen Ringbahn in Nürnberg auf Vordermann zu bringen. Was im vergangenen Jahr als Aktion begann, hat sich zu einem längerfristigen Projekt und einer Partnerschaft zwischen der Spielwarenmesse eG und dem Landschaftspflegeverband Nürnberg e.V. entwickelt.

Das Projekt ist Teil der CSR-Selbstverpflichtung. Der gemeinnützige Einsatz gehört seit vielen Jahren zur Verantwortung des Unternehmens. Im Rahmen verschiedener Aktionen hilft das Team der Spielwarenmesse eG, Ideen in sozialen oder kulturellen Institutionen zu verwirklichen oder ökologische Projekte voranzutreiben. Die interne Corporate-Sustainability-Truppe entwickelt stetig neue Ansätze für den verantwortungsvollen Umgang mit unseren ökologischen Ressourcen sowie für nachhaltiges und soziales Handeln. In diesem Jahr haben die fleißigen Helferinnen und Helfer beim Projekt „Lebensader Bahn 2.0“ unter Anleitung einen Barfußpfad mit stimulierenden Texturen geschaffen sowie Holzbänke erneuert. Florian Hess, Mitglied des Vorstands der Spielwarenmesse eG, dazu: „Wir unterstützen dieses Projekt seitens des Unternehmens gerne und freuen uns über die entstandene Zusammenarbeit mit dem Landschaftspflegeverband Nürnberg e. V. sowie das Engagement des Teams.“ Ein weiterer Termin soll bereits in den nächsten Monaten folgen.

Bildmaterial steht Ihnen unter [www.spielwarenmesse-eg.de/media](http://www.spielwarenmesse-eg.de/media) zur Verfügung.

6.5.2024 – le/sr

#### **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 Messesellschaften 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 **BRANDmate**, die das Thema Lizenzen und Partnerschaften in Offenbach unkonventionell und zukunftssträftig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv ([www.spielwarenmesse-eg.de](http://www.spielwarenmesse-eg.de)).