

Von Mumbai in die Welt: 10. Kids India steht in den Startlöchern

- Aufstrebender Spielwarenmarkt mit enormem Wachstumspotenzial
- Große Unterstützung von Aussteller- und Besucherseite

Sie ist die B2B-Leitmesse der indischen Spielwarenbranche: die Kids India. Die Veranstaltung, die vom 12. bis 14. September im hypermodernen Jio World Convention Centre in Mumbai ausgetragen wird, ist von besonderer Präsenz. Sie feiert nicht nur ihren zehnten Geburtstag, sondern findet zum perfekten Zeitpunkt statt – alle Zeichen rund um die indische Industrie stehen auf Wachstum. Die Kids India wird von der Spielwarenmesse India Pvt. Ltd., einer Tochtergesellschaft des Weltmarktführers Spielwarenmesse eG, und der Indo-German Chamber of Commerce organisiert und von weiteren starken Partnern unterstützt.

Hohe Marktrelevanz

„Wir haben die Veranstaltung 2013 ins Leben gerufen, weil wir das immense Potenzial des indischen Marktes und die Nachfrage nach einer führenden Spielwarenmesse vor Ort erkannt haben“, sagt Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG. In den vergangenen zehn Jahren hat die Kids India internationale Spitzenmarken angezogen, darunter Giganten wie Disney, Hasbro und Mattel. Die Aussteller präsentieren auch diesmal eine breite Produktpalette – von pädagogischem MINT-Spielzeug (zu den Themen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft sowie Technik) und Brettspielen bis hin zu traditionellem Holzspielzeug, Plüschtieren, innovativen Produkten, Schreibwaren, Kreativartikeln, Babyprodukten, Lizenzprodukten und Sportartikeln. „Die Kids India war schon immer eine wichtige Plattform für indische Hersteller, um ihre innovativen Produkte zu präsentieren und Kontakte zu den wichtigsten Akteuren der Branche zu knüpfen“, sagt Manish Kukreja, Präsident des indischen Verbands der Spielwarenhersteller. Da für den indischen Spielwarenmarkt in den nächsten fünf Jahren ein jährliches Wachstum von 15 % prognostiziert wird, ist die Kids India seiner Meinung nach von entscheidender Bedeutung, um die globale Präsenz zu stärken. Der enorme Anstieg ist auf verschiedene Regierungsinitiativen zurückzuführen, die den Export ankurbeln und den heimischen Markt stärken. Vivek Jhangiani, Direktor von The All India Toy Manufacturers' Association (TAITMA), Direktor des International Council of Toy Industries (ICTI) und Vorsitzender des Spielzeugausschusses Federation of Indian

Chambers of Commerce & Industry (FICCI), fügt hinzu: „In diesem Jahr, in dem die Kids India weiterhin den Standard für hervorragende Qualität und Innovation setzt, sind wir stolz darauf, hinter einer Veranstaltung zu stehen, die nicht nur die höchsten Standards fördert, sondern auch das Wachstum sowohl etablierter Marken als auch aufstrebender Startups unterstützt. Wir freuen uns auf eine weitere erfolgreiche Ausgabe, die zweifellos die Zukunft unserer Branche vorantreiben wird.“

Bedeutende Plattform

Wichtige Verbände, wie das Sports Goods Export Promotion Council (SGEPC) und die All India Toy Manufacturers' Association (TAITMA) – der Spitzenverband der indischen Spielwarenhersteller – stehen hinter der Veranstaltung. Darüber hinaus wird die Messe auch vom Ministerium für kleine und mittlere Unternehmen (MSME) unterstützt, was den Ausstellern zusätzliche Vorteile bietet. Im letzten Jahr hat die Kids India 160 Aussteller und über 5.000 hochkarätige Fachbesucher aus 35 Ländern begrüßt. Mit bisherigen Zusagen von Hunderten internationaler Handelsketten und führenden Einzelhandelsgeschäften – darunter Walmart, Toys 'R' Us, Amazon, Flipkart, DMart, Firstcry und Hamleys – bietet die Kids India der indischen Spielwarenindustrie eine unschätzbare Chance, sich auf den globalen Märkten zu etablieren und Kontakte zu bisher unzugänglichen Handelsformaten zu knüpfen. Darüber hinaus präsentieren die Veranstalter ein hochkarätiges Konferenzprogramm, das wichtige Themen wie die Herausforderungen für Spielwarenhersteller in Indien, Strategien zur Steigerung des Exports sowie den internationalen Vertrieb umfasst. „Mit der Expertise der Spielwarenmesse, die seit über 70 Jahren erfolgreich in der Branche tätig ist, eröffnet die Kids India allen Teilnehmenden das Tor zum größten Spielwarennetzwerk der Welt“, resümiert Christian Ulrich. Interessierten internationalen Besucherinnen und Besuchern ermöglicht das „Hosted Buyers Program“ die Messe zeitnah und kostengünstig live zu erleben: Das SGEPC erstattet bei einer Anreise am 11. September die Flugkosten. Außerdem beinhaltet das Paket zwei Übernachtungen in einem 5-Sterne-Hotel in Mumbai. Das Bewerbungsformular für das limitierte Angebot ist auf der [Webseite](#) der Kids India verfügbar.

Bildmaterial steht Ihnen unter www.world-of-toys.org/media zur Verfügung.

26.8.2024 – sw

Spielwarenmesse India Pvt. Ltd.

Am 1. April 2016 eröffnete die Spielwarenmesse eG mit der Spielwarenmesse India Pvt. Ltd. in New Delhi einen Standort in einem der wichtigsten Wachstumsmärkte weltweit. Das Unternehmen ist mit der Organisation der Fachmesse Kids India beauftragt, die seit 2013 jährlich in Mumbai stattfindet.

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 Messgesellschaften 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 zukunftssträchtig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv (www.spielwarenmesse-eg.de).