

Kids India 2024: Zehnte Ausgabe festigt internationalen Stellenwert

- Leitmesse der indischen Spielwarenbranche hält hohes Niveau
- Mehr als 5.000 Besucherinnen und Besucher vor Ort in Mumbai

Die Kids India bleibt mit ihrer Jubiläumsausgabe als internationale B2B-Messe der place to be für die indische Spielwarenbranche. Vom 12. bis zum 14. September strömten 5.024 Fachbesucherinnen und -besucher aus 31 Ländern ins Jio World Convention Centre in Mumbai. Unter den anwesenden 127 Ausstellern waren Unternehmen u.a. aus Japan, Österreich, Sri Lanka und Südkorea. Die Zahl der teilnehmenden Länder wurde im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt. Organisiert wurde die Kids India von der Spielwarenmesse India Pvt. Ltd., einer Tochtergesellschaft der Spielwarenmesse eG, und der Indo-German Chamber of Commerce. Die führenden Branchenverbände Sports Goods Export Promotion Council (SGEPC) und The All India Toy Manufacturers' Association (TAITMA) unterstützten die Veranstaltung.

Aussteller loben Internationalität

Die Aussteller haben besonders die gestiegene Zahl internationaler Händler und Einkäuferinnen positiv hervorgehoben. Insgesamt verzeichneten die Veranstalter 126 internationale Besucherinnen und Besucher. „Die Kids India ist eine der besten Plattformen für die Ausstellung von Spielzeug namhafter Marken. Die Messe zieht die größten und renommiertesten Akteure aus verschiedenen Märkten an“, lobte Shyam Makhija, Director von Pegasus Toykraft Pvt. Ltd. Zufrieden mit dem Messeauftritt war auch Minali Argwali, Co-Founder von PepPlay: „Die Teilnahme an der Kids India war eine unglaublich lohnende Erfahrung. Dadurch konnten wir uns neue internationale Märkte erschließen.“

Networking und vielversprechende Startups im Fokus

Vor allem der persönliche Austausch und die Möglichkeit des Networkings haben einen bedeutenden Stellenwert eingenommen. „Die Kids India ist eine großartige Plattform, um unsere Branchenkolleginnen und -kollegen zu treffen. Keine andere Messe in Indien bietet eine solche Plattform“, fasste Prachi Agarwal, Co-Founder und Director von Chalk and Chuckles Products Pvt. Ltd. zusammen. Neben etablierten Branchengrößen waren

in Mumbai auch kreative Startups vertreten. Sie profitierten vom neuen Startup-Pavillon. Fünf Nachwuchsfirmen haben erstmals das angebotene Komplettpaket genutzt.

Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG, hat ein zufriedenes Fazit gezogen: „Die erneut sehr gute Resonanz und das breite Angebot an Produkten zeigt das immense Potenzial des indischen Markts. Die Kids India hat ihre Rolle als hochwertigste internationale Spielwarenmesse in Südasien einmal mehr bewiesen und den Teilnehmenden das Tor zum größten Spielwarennetzwerk der Welt geöffnet.“

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

18.9.2024 – seb

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 Messengesellschaften 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 Weltleitmesse: 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).