



## Jubiläum beflügelt: Spielwarenmesse baut globale Spitzenposition aus

- Die Branchenplattform mit internationaler Strahlkraft
- Inspirations- und Innovationsmotor der Spielwarenwelt

Die 75. Ausgabe der Spielwarenmesse wird der Branche noch lange in Erinnerung bleiben: Winterlich wie seit Jahren nicht mehr und begleitet von vielen Jubiläumsaktionen überzeugte sie vom 27. bis 31. Januar in Nürnberg mit einer besonders stimmungsvollen Atmosphäre. 2.313 Aussteller aus 68 Ländern trugen zur gelungenen Durchführung bei und präsentierten auf dem Messegelände ein breites Produktspektrum – darunter das wachsende Segment der Kidults. Rund 58.900 Besucherinnen und Besucher (+2,5%) aus 121 Nationen griffen die Trends und Innovationen ebenso begeistert auf wie die neuen Formate und Networking-Möglichkeiten.

Die Stimmung in der Branche war trotz der aktuellen geopolitischen Rahmenbedingungen optimistisch. 93% der Aussteller – und damit 3% mehr als im Vorjahr – zeigten sich mit ihrer Teilnahme zufrieden. Mattel feierte am Stand mehrere globale Launches, während die Simba Dickie Group vor allem die Qualität der Fachklientel überzeugte. Dazu Florian Sieber: „Es gibt auf internationaler Ebene keine andere Messe, welche für uns diese Relevanz hat.“ Zu den Top-10-Besucherländern zählten nach wie vor die USA. Asien konnte mit China und Hongkong im Ranking sogar überproportional zulegen, da keine Überschneidung mit dem Chinese New Year bestand. Darüber hinaus verzeichneten Mexiko und die Türkei Wachstum. In wichtigen europäischen Märkten stiegen die Zahlen u. a. in Großbritannien und Frankreich. Die bereits im letzten Jahr angestiegenen Besucherzahlen aus Deutschland sind auf diesem Niveau geblieben. Die hohe globale Präsenz und die besondere Atmosphäre zur 75. Ausgabe waren auch für Roger Kettler, Carrera Revell Europe, deutlich spürbar: „Besonders gefreut haben wir uns über das sehr große Medieninteresse – es waren viele TV-Teams und überregionale Presse sowie Content Creators bei uns.“



Richtungsweisende Impulse haben die beiden ToyTrends „AI Loves (to) Play“ und „Creative Mindfulness“ gegeben. Anhand zahlreicher Produktbeispiele wurden sie auf der Spielwarenmesse ebenso lebendig in Szene gesetzt wie „Toys for Kidults“. Der Hype um die spielenden Erwachsenen hat iDventure den Durchbruch verschafft – und einen der sechs begehrten ToyAward Preise eingebracht. „Der Sieg hat bei uns zu mehr positiven Stress geführt und zu einer größeren Aufmerksamkeit an unserem Stand beigetragen“, freut sich Christoph Kossendey. Über eine höhere Frequenz von Fachhändlerinnen und -händlern aus der DACH-Region berichtet Leonard Mieg vom Unternehmen Tipp-Kick, das zu den 14 Ausstellern der ersten Stunde gehört. „Die Spielwarenmesse ist ein absolutes Muss für jeden in der Spielwarenbranche – ein energiegeladenes Event mit einer vielfältigen Produktauswahl“, meint Kathy Trivsonno vom amerikanischen Handelsverband Astra.

Die Spielwarenmesse ist ebenfalls der eindrucksvolle Beweis für den Erfolg und die Relevanz des Lizenzgeschäfts. „Das sehen wir nicht nur auf den Ausstellungsflächen, sondern auch in der LicenseLounge und unserem benachbarten Licensing International Stand, die sich zur Homebase der Lizenz-Branche auf der Messe entwickelt haben“, betont Petra Strobl von Licensing International Germany. Wertvolles Toy-Know-How wurde erneut im Toy Business Forum vermittelt. Einen gelungenen Auftakt feierte hier die Value of Play Conference. „Die Veranstaltung bot hochwertige, sorgfältig ausgewählte Inhalte, wobei die praxisnahen Beispiele und konkreten Marktzahlen meine Messegespräche deutlich bereichert haben“, meint die polnische Verlegerin Dorota Mazurek. Ebenso großen Zuspruch erfuhr die Game Inventors Convention, auf der erstmals internationale Spiele-Organisationen vertreten waren. Mary Couzin von der Chicago Toy and Game Group war ebenfalls dabei: „Die Atmosphäre hat eine Sogwirkung entfaltet, von der alle profitieren – ein großartiger Austausch für die Game-Community.“

Neben inhaltlichen Impulsen hat die Messe auch Maßstäbe in der zunehmenden Vernetzung der Teilnehmenden gesetzt. „Die Spielwarenmesse ist die beste Networking-Möglichkeit für die gesamte Spielwarenbranche“, weiß Lucca Liv



von Unique Baby aus Dänemark. Die exklusive ToyNight vereinte alle Aussteller unter dem Motto „Welcome to the Future“, während die RedNight am Donnerstag für ausgelassene Stimmung in den Messehallen sorgte. René Bleckmann von der Party Factory hebt hervor: „Die Veranstaltung ist sehr, sehr wichtig für uns, um mit Kundinnen, Kunden und potenziellen Geschäftspartnern ins Gespräch zu kommen und um mit ihnen zu feiern.“ Die Illuminationen von Kaiserburg und Frauentorturm unterstrichen die festliche Stimmung in der ToyCity Nürnberg, wo der ein oder andere Messeteilnehmer das erste Mal mit Schnee in Berührung kam.

Die hohe Zufriedenheit der Aussteller spiegelt sich auch in den Zahlen wider: 90% der Unternehmen planen, vom 2. bis 6. Februar 2027 in Nürnberg erneut auszustellen. „Damit hat die Spielwarenmesse einmal mehr ihre globale Spitzenposition bekräftigt und ihre Rolle als zentraler Treffpunkt für Handel, Industrie und Medien unterstrichen, an dem sich Inspiration, Innovation und Networking auf hohem Niveau verbinden“, resümiert Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG.

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

31.1.2026 – sw

## **Spielwarenmesse®**

Sie ist das globale Leitevent der Branche: die Spielwarenmesse®. Auf der B2B-Veranstaltung präsentieren sowohl Key Player als auch Startups dem Handel aus aller Welt ihre Innovationen und Trends live in Nürnberg. Die Teilnehmenden erhalten auf dem für sie wichtigsten Treffpunkt neben dem umfassenden Produktangebot auch viel Inspiration für ihren Geschäftsalltag sowie wertvolles Branchenwissen und nützliche Marktorientierung. Als Ergänzung liefern die multifunktionale Plattform Spielwarenmesse® Digital und das E-Journal „Spirit of Play“ ganzjährig Themen, Analysen und Insights rund ums Spielen. Seit 2013 ist die Bezeichnung Spielwarenmesse® als Wortmarke in Deutschland geschützt.

Messetermin: Spielwarenmesse® Dienstag bis Samstag, 02. – 06. Feb 2027