

Spielwarenmesse Group: Neues Markendach für globale Aktivitäten

- Weiterentwicklung mit klarem Profil und internationaler Ausrichtung
- Fokus auf Partnerschaften, Expertise und starkes Netzwerk

Die Spielwarenmesse Group fasst ab sofort alle Geschäftsfelder der Spielwarenmesse eG zusammen und setzt damit ihre Entwicklung zu einem international agierenden Unternehmen konsequent fort. Das klare Erscheinungsbild in dunkelblauer Schrift, das markante Schaukelpferd und der Claim „living the spirit of play“ vereinen die gewachsene Struktur ebenso wie den Anspruch, eine zentrale Plattform für innovative und partnerschaftlich geprägte Veranstaltungsformate zu sein.

Klare Positionierung

In den vergangenen Jahren hat die in Nürnberg ansässige Spielwarenmesse Group ihr Portfolio kontinuierlich erweitert, internationalisiert und um zusätzliche Branchenfelder wie Lizenzen und einer weiteren Weltleitmesse ergänzt. Nun bündelt das Unternehmen seine vielseitigen Aktivitäten sichtbar unter einer gemeinsamen Dachmarke. „Unser neuer Markenauftritt als Spielwarenmesse Group schafft Klarheit und stärkt unsere internationale Identität. Er bringt zum Ausdruck, wofür wir stehen: verlässliche Partnerschaften, hohe Organisationskompetenz und eine zukunftsorientierte Ausrichtung unserer Messen und Events“, erklärt Vorstandssprecher Christian Ulrich. Mit ihrem Fokus auf die Welt des Spielens verfügt die Group über eine weltweit einzigartige Expertise und das größte Netzwerk in der Spielwarenbranche. Unter dem Leitgedanken „living the spirit of play“ verbindet sie wirtschaftlichen Erfolg mit Emotion, Kreativität und Begeisterung.

Vielseitiges Portfolio

Die Spielwarenmesse Group vereint die beiden weltweit bedeutendsten Veranstaltungen der Branche unter ihrem Dach. Dazu zählen die Spielwarenmesse in Nürnberg als führende B2B-Plattform und die SPIEL in Essen als größte Publikumsmesse für Brettspiele. Ergänzt wird das Portfolio durch das World of Toys Programm mit der Kids India in Mumbai und den internationalen Gemeinschaftsbeteiligungen in Hongkong, Tokio und New York. Tochtergesellschaften in China und Indien sichern zusätzlich Marktnähe und regionale Expertise. Mit ihrem globalen Netzwerk und dem gebündelten Know-how ist

Pressemitteilung

die Spielwarenmesse Group ein zentraler Impulsgeber für Branchenthemen und Trends. Ein aktuelles Beispiel ist die BRANDmania in Essen, die sich zur größten Plattform für Lizenzen und Partnerschaften im deutschsprachigen Raum entwickelt hat.

Stabile Basis

Eine wesentliche Facette der Marke bildet die Form der Genossenschaft. Seit über 75 Jahren basiert sie auf vertrauensvollen und nachhaltigen Geschäftsbeziehungen. „Unsere Stärke liegt in der Verbindung aus globaler Reichweite und partnerschaftlichem Ansatz. Wir schaffen ein Umfeld für erfolgreiche Kooperationen, in dem Innovationen entstehen können“, sagt Christian Ulrich. Der neue Auftritt bildet dabei die solide Grundlage für eine konsistente, transparente und zukunftsorientierte Kommunikation.

Weitere Informationen unter: www.spielwarenmesse-group.com

Bildmaterial steht Ihnen unter www.spielwarenmesse-group.com/media zur Verfügung.

23.4.2026 – sw

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 **BRANDmania**, die das Thema Lizenzen und Partnerschaften in Essen unkonventionell und zukunftssträchtig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv (www.spielwarenmesse-group.com).