

## Kids Time näst störst

Kids Time, centrala Östeuropas största mässa för barn- och babyprodukter samt leksaker, hålls den 23-25 februari i Kielce Polen.



Mässan har växt kraftigt varje år sedan starten för åtta år sedan och är idag Europas näst största B2B-mässa för barn- och babyprodukter efter Kind+Jugend.

2016 ställde 407 företag från 17 länder runt om i världen ut på Kids Time. Det var sju hallar och 14 000 m<sup>2</sup> utställningsyta. 5 500 besökare från 41 olika länder besökte mässan 2016.

Alla indikationer pekar på att Kids Time 2017 kommer slå sina egna rekord. Redan nu har lika många utställare anmält sig som det var totalt i år, berättar mässledningen. Många av utställarna är här för första gången och mest ökar det på textil- och leksakssidans.

## Insights-X växer



Insights-X, "The New Stationery Expo", växer. Den arrangerades nu i oktober för andra gången av Spielwarenmesse och hölls i Nürnberg, 5087 inköpare från 89 länder besökte mässan i år. Antalet utställare ökade från 188 till 268 utställare mot förra året

Nästa Insights-X planeras till den 5-8 oktober 2017.

## Uppåt för Hasbro

Leksakstillverkaren Hasbro redovisar ett resultat på 257,8 miljoner dollar för det tredje kvartalet (208,1).

Intäkterna för samma period uppgick till 1,68 miljarder dollar (1,47). Det var högre än förväntade 1,55 miljarder dollar, enligt en sammanställning från FactSet.

Värt att nämna i sammanhanget är att intäkterna drevs på av försäljningen av leksaker för flickor. Om-sättningen för det segmentet blev 462 miljoner dollar, vilket motsvarar en ökning på årsbasis med 57 procent och betydligt högre än prognosen på 387,6 miljoner dollar.

Källa: Investing

## Jollyroom fortsätter expandera

E-handelsbolaget Jollyroom etablerar en ny logistikanläggning som ger företaget en total yta på över 30 000 kvadratmeter.

Från start fyller man det nya lagret med 12 000 nya pallplatser som i framtiden kommer att fortsätta fyllas på kontinuerligt med nya produkter. – Vi har nu över 700 000 registrerade kunder som beräknas att öka till 1 miljon under 2017. Det innebär att vi måste ha mer varor i lager med rätt pris och kvalitet för att möta kundernas behov, säger Ole Sauar, vd på Jollyroom.