

SPIELWARENMESSE

Neue Sonderfläche für Baby- und Kleinkindartikel



Präsentation der Produktgruppe zwischen den Hallen 2, 3 und 4 – Anbieter aus diesem Segment sind auch auf dem gesamten Messegelände vertreten – Inspiration für attraktive Zusatzsortimente

Auf der 68. Spielwarenmesse kommen Produkte für die Jüngsten groß heraus. Wenn sich die Branche vom 1. bis zum 6. Februar 2017 in Nürnberg trifft, stellt der Bereich Baby- und Kleinkindartikel ein wichtiges Produktsegment dar. Einen guten Überblick über das umfassende Angebot verschafft die gleichnamige Sonderfläche. Die Ausstellung finden Fachbesucher im Übergang zwischen den Hallen 2, 3 und 4. In den umliegenden Hallen stehen Kleinkindspielzeug und branchennahe Sortimente im Fokus.

Die neue Sonderfläche veranschaulicht auf einem fast 800 m² großen Areal

die Produktgruppe Baby- und Kleinkindartikel, die sich in sechs Bereiche untergliedert: Babyspielzeug, Textile Babyausstattung, Transportmittel, Pflege & Ernährung, Wohnen & Sicherheit sowie Lizenzartikel. „Wir möchten dem Messebesucher damit zeigen, welche Vielfalt er an Produkten für die Kleinen auf der Spielwarenmesse findet“, sagt Sabine Liebscher, Senior Project Manager der Spielwarenmesse eG.

Eine lichtdurchflutete Passage bietet Händlern Inspiration, welche Artikel aus dem attraktiven Zusatzsortiment am besten zu ihrem Geschäftsmodell passen. Zudem lädt eine integrierte

Ruhezone mit Gastronomie zum Verweilen ein.

Gleichzeitig weist die Spielwarenmesse mit der Sonderfläche darauf hin, dass Baby- und Kleinkindartikel nicht nur in Halle 2 und in Teilen der Halle 3, sondern auf dem gesamten Messegelände präsent sind – insgesamt beläuft sich die Zahl auf 400 Aussteller. Sie bieten moderne, farbenfrohe Designs, wobei auch die Punkte Qualität, Förderung und Sicherheit eine große Rolle spielen und der wachsenden Anforderung von Eltern nach hochwertigen Produkten für ihre Sprösslinge gerecht werden.

KIDS' TIME (KIELCE)

Weiterhin auf Wachstumskurs

Der positive Trend setzt sich fort: Kids' Time baut seine Stellung als Leitmesse für Spielwaren und Mutter-Kind-Produkte in Mittel- und Osteuropa weiter aus

Wie in den Vorjahren konnte die Kids' Time-Messe im zentralpolnischen Kielce zweistellige Zuwächse verzeichnen – nach 30, beziehungsweise 50 Prozent Wachstum in den Jahren



2014 und 2015 wuchs die Liste der Aussteller auch in 2016 um stolze 25 Prozent an. Die beachtliche Zahl von 407 Ausstellern des Vorjahres konnte man in diesem Jahr bereits mehrere Monate vor Beginn der Messe erreichen; es deutet also alles darauf hin, dass sich der Wachstumstrend auch bei der kommenden Neuauflage der Messe vom 23. bis 25. Februar 2017 weiterhin fortsetzt. Erwähnenswert ist die laut Veranstalter sehr hohe Anzahl an neuen Teilnehmern, die in 2017 erstmals auf der Kids' Time mit ihren Produktneuheiten vertreten sein

werden. Die Aussteller stammen überwiegend aus Mittel- und Osteuropa, die Zahl deutscher Unternehmen auf der Kids' Time nahm in den vorherigen Jahren kontinuierlich zu.

Vielfältiges Angebot

Gezeigt werden auf der reinen B2B-Veranstaltung, die im Vorjahr von zirka 5.500 Fachgästen aus 41 Ländern besucht wurde, vor allem Kinderkleidung, Kinderschuhe, Kinderwagen und Autositze, doch auch Spiele, Lernspiele und Multimediaangebote für Mütter und Kleinkinder, Bauklötze, Puppen und Holzspielzeuge sowie viele Produkte aus den Bereichen Kindersport und Hobbies. Weitere Produkte aus den Bereichen Pflege- und Hygieneartikel für Babys, Schwangere und junge Mütter

runden das weitgefächerte Angebot der Kids' Time ab.

Zusätzlich zu den hohen Standards und Services, welche die Messeveranstalter ihren Ausstellern auf der Kids' Time bieten, verdient das Rahmenprogramm der Veranstaltung eine Erwähnung: Neben den üblichen Abschlüssen von Geschäften einer typischen Handelsveranstaltung können Besucher beispielsweise an verschiedenen Workshops und Vorträgen internationaler Branchenspezialisten teilnehmen, in denen es sich überwiegend um für Hersteller, Vertrieb und Handel relevante Themen dreht. Im Vorjahr etwa sprach mit Reyne Rice einer der weltweit meist geschätztesten Kenner und Analysten in der Spielwarenbranche über die zukünftigen Entwicklungen im Segment der Kinderprodukte.

KIDS' TIME (KIELCE)

Poland's Greatest Toy Fair Keeps Growing

Constant growth: The eight International Fair of Toys and Products for Mother and Child Kids' Time is held in Targi Kielce in Poland from February 23 to 25, 2017

Kids' Time is Central & Eastern Europe's greatest event in child-care products and services business sector; the Expo is also regarded one of the world's most prominent business events of its kind. Every consecutive expo proves its considerable and always increasing significance; Kids' Time is ranked among global leaders. Year after year, the Kielce child-product business sector's expo has reported double-digit growth (2014: 30 percent; 2015: 50 percent; 2016: 25 percent). Every year the expo has been going from strength to strength and thus secured its leading position on the world's map of business-sector events.



Last year's expo was the showcase for 407 companies from 17 countries of all corners of the world. Representatives of Austria, Belgium, China, Croatia, Czech Republic, France, Spain, the Netherlands,

Lithuania, Latvia, Germany, Switzerland, Ukraine, USA, Great Britain and Italy had their expo booths at Kids' Time – they used nearly 14,000 square meters of the exhibition space in the seven exhibition halls. Kielce exhibition and congress centre attracted almost 5.5 thousand business-insiders from 41 countries. According to all indications, the upcoming Kids' Time will beat its own records: The number of registered exhibitors has already reached 2016's level. The organizers inform that the list of exhibitors has expanded to include a number of companies which join the expo for the first time.

More than a trade show

The International Fair of Toys and Products for Mother and Child Kids' Time is a truly Business to Business event. The Expo has brought together producers and distributors of prams and



push-chairs, car seats, toys and other child-care products and services. Companies which offer textiles and clothing have also marked their presence here. Most of exhibitors sign lucrative, international contracts at the Kielce expo. Kids' Time's programme comprises a number of substantive meetings.

Following many-year tradition, the upcoming exhibition will include workshops hosted by international specialists. These are crafted around producers', distributors' and retailers' needs.

LEGO

London Flagship Store Officially Opened

Lego's new flagship Store in London is offering unique experiences for fans of all ages – Featuring experiences like the Mosaic Maker or a life-sized London Underground tube carriage

The world's largest Lego Store opens with a focus on inspiring creativity through new experiences and fun, interactive workshops. On 17 November 2016



The "Mosaic Maker" supplies printed instructions and the bricks required to complete an individual Lego portrait

The Lego Group has officially opened its new UK flagship store in central London's popular Leicester Square.

The Leicester Square store is the 131st Lego Brand Retail store globally and is pushing the boundaries with many unique Lego firsts. It boasts exciting new experiences, such as a "Mosaic Maker", which offers fans

the opportunity to purchase their own personalised Lego mosaic portrait. The London store is the first in the world to make this unique experience available.

John Goodwin, Executive Vice President and Chief Financial Officer of the Lego Group said: "We are excited to have finally opened the doors to the world's largest Lego store here in London. We want to inspire and develop children through creative play experiences – and this store is all about that. Here, parents and children can explore the many different Lego products while at the same time getting a truly immersive experience of the Lego brand."