

Erfolgreiche Kids India festigt Marktposition und verkündet neuen Messetermin

- Gesteigertes Besucherinteresse auf internationalem Niveau
- Starke Geschäftsbeziehungen und positives Branchenfeedback

Mit einem deutlichen Besucherzuwachs und starkem internationalen Interesse hat die elfte Kids India ihre bedeutende Position im indischen Spielwarenmarkt unter Beweis gestellt. Vom 6. bis 8. Oktober kamen 5.516 Fachbesucherinnen und -besucher ins Bombay Exhibition Centre nach Mumbai – was einen Anstieg um 10% in Vergleich zum Vorjahr entspricht. 115 Unternehmen präsentierten ihnen ein vielfältiges Spektrum, das von Holzspielwaren über technisches Spielzeug bis hin zu nachhaltigen Produkten und Lifestyleartikeln reichte. Die Veranstaltung verzeichnete auch eine starke Beteiligung von Erstausstellern und Start-ups, was die wachsende Dynamik und Innovationskraft der Branche widerspiegelt.

Großes internationales Interesse

Die Kids India hat hochkarätige Händlerinnen und Einkäufer aus ganz Indien und wichtigen internationalen Märkten angezogen. „Die Messe verzeichnete eine starke Beteiligung internationaler Einkäuferinnen und Einkäufer – insbesondere aus dem Nahen Osten und Afrika, was ihre Bedeutung weit über die nationalen Grenzen hinaus und ihre Rolle als führende Premium-Plattform für die indische Spielzeugindustrie unterstreicht“, betont Tanu Ailawadi, Geschäftsführerin der Spielwarenmesse India Pvt. Ltd. Dazu beigetragen hat das Hosted Buyers Program, das auf große Resonanz gestoßen ist. Es förderte gezielt die Geschäftsbeziehungen zwischen den Teilnehmenden aus dem In- und Ausland und eröffnete neue Handelsmöglichkeiten in wachstumsstarken Regionen. Dazu Gautam Arora, Exportmanager von Playcraft Traders: „Die Messe war für uns fantastisch. Ich hätte nicht erwartet, so zahlreiche, vielversprechende internationale Einkäuferinnen und Einkäufer zu treffen.“ Ebenso begeistert zeigt sich Italtrike-Gründer Stefano Gandolfi: „Das war meine erste Erfahrung auf der Kids India und mein Eindruck ist sehr positiv. Ich bin sehr glücklich, dabei gewesen zu sein.“

Fokus auf Zukunftsthemen

Gut besuchte Fachvorträge und Diskussionsrunden haben das Rahmenprogramm der Messe abgerundet. Themen wie „Inklusives Spielen“, „Sicherheitsstandards“,

„Digitalisierung“ und „Markchancen im internationalen Kontext“ standen im Zentrum des Interesses. Sie unterstrichen den hohen Informationswert der Veranstaltung, die erneut durch die führenden Branchenverbände Sports Goods & Toys Export Promotion Council (SGTEPC) und The All India Toy Manufacturers' Association (TAITMA) unterstützt wurde. Zudem führte die Spielwarenmesse eG anlässlich der Kids India über die Spirit of Play Foundation eine Spendenaktion für die Kinder aus St. Catherine's Home durch. Vorstandsmitglied Florian Hess hat das Spielzeug persönlich überreicht und damit das Engagement für die Förderung des „Spielens als Grundbedürfnis“ fortgesetzt. Die Organisation in Mumbai bietet Kindern nicht nur ein sicheres Zuhause, sondern auch Zugang zu Spiel, Sport und Bildung.

Neuer Zyklus ab März 2027

Aufbauend auf den Erfolg der Kids India haben die Veranstalter bereits eine zukunftsweisende strategische Neuausrichtung bekanntgegeben: den Messetermin vom 18. bis 20. März 2027. Das neue Datum ist aufgrund des vielfachen Wunsches aus der Branche entstanden. Die Verlagerung aus der herbstlichen Festival-Saison eröffnet mehr Besuchenden und Ausstellern die Möglichkeit zur Teilnahme. Der überarbeitete Zeitplan verschafft ihnen zudem mehr Vorlauf für wichtige Entscheidungen und eine effektivere Jahresplanung. „Mit der Verlegung in den März wird die Position der Kids India als bedeutende Geschäfts-, Innovations- und Networking-Plattform weiter gestärkt und ein maximaler Mehrwert für alle Beteiligten erzielt“, resümiert Tanu Ailawadi.

Bildmaterial finden Sie unter www.world-of-toys.org/media.

15.10.2025 – sw

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 Weltleitmessen: 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-eg.de).