

Gelungene Premiere: Kids India Roadshow begeistert zum Start

- Starke Beteiligung von Unternehmen aus Gujarat an der Messe
- Weitere lokale Branchentreffs in Mumbai, Jalandhar und Hyderabad

Die Kids India unterstützt bei der Erschließung eines der weltweit größten Absatzmärkte für Spielwaren und hilft beim Aufbau nachhaltiger Geschäftsbeziehungen. Erstmals findet im Vorfeld der Messe, die vom 6. bis 8. Oktober in Mumbai stattfindet, eine Roadshow durch verschiedene indische Bundesstaaten statt. Damit hat der Veranstalter – die Spielwarenmesse India Pvt. Ltd. ein neues Networkingformat geschaffen, das bereits im Vorfeld der Kids India wertvolle Informationen bietet. Den Auftakt der Veranstaltung bildete im Mai die erfolgreiche Premiere in Gujarat. Weitere Stationen sind Mumbai, Jalandhar und Hyderabad.

Fokus auf Gujarat

„Die Roadshow der Kids India leistet einen wichtigen Beitrag zur Integration regionaler Akteure in das gesamtindische Branchennetzwerk“, erklärt Geschäftsführerin Tanu Ailawadi. Neben Industrie und Handel sind auch Politik, Verbände und Medien in das Format eingebunden. Es schafft Raum für persönlichen Austausch, informiert über Trends, Marktpotenziale und politische Rahmenbedingungen und macht dabei regionale Stärken sichtbar. Mit Blick auf die Bedeutung solcher Veranstaltungen, fügte Shabbir Gabajiwala, Präsident des indischen Verbandes der Spielzeughersteller (TAITMA), hinzu: „TAITMA ist weiterhin bestrebt, Brancheninitiativen zu fördern, welche die Beteiligung relevanter Akteure, den Wissensaustausch sowie die Sichtbarkeit indischer Spielzeughersteller stärken.“ Ein Zeichen für die Unterstützung der regionalen Spielwarenbranche: Auf der kommenden Kids India werden Unternehmen aus Gujarat mit individuell geförderten Ständen vertreten sein. Die Gujarat Toy Manufacturers Association (GTMA) und die Toys and Infant Merchants Association (TAIMA) ermöglichen dadurch eine wirkungsvolle Präsenz auf der Messe. „Wir sind stolz darauf, die Stärke der Spielzeugindustrie Gujarats auf der Kids India zu vertreten“, betont GTMA-Präsident Shailesh Vaghasiya. Die Region gilt aufgrund ihrer florierenden Kunststoff- und Ingenieurindustrie als wachsender Standort der Spielwarenproduktion. Auch TAIMA-Präsident Raghuvir Jobanputra sieht großes Potenzial: „Die Kids India bietet unseren

Mitgliedern eine wertvolle Gelegenheit, zur Entwicklung einer wettbewerbsfähigen und kreativen Spielzeugindustrie in unserer Region beizutragen.“

Informationen aus erster Hand

In den kommenden Wochen führt die Roadshow Tanu Ailawadi und ihr Team durch drei weitere bedeutende Regionen. Die Touren bieten lokalen Marktteilnehmenden ebenfalls die Chance, sich im Vorfeld der Messe gezielt zu vernetzen und ihre wirtschaftliche Relevanz sichtbar zu machen. Einen ebenso wertvollen Zugang zum indischen Markt, zu Lieferketten und neuen Vertriebsmöglichkeiten erhalten internationale Gäste anhand einer dreitägigen Delegationsreise während der Kids India. Alle Informationen sind auf der [Webseite](#) erhältlich. So ist die Kids India nicht nur Drehscheibe für Produktneuheiten, sondern auch strategisches Eintrittstor in den dynamischen indischen Spielwarenmarkt. Die Kids India wird offiziell vom Ministerium für Kleinst-, Klein- und Mittelbetriebe (MSME) unterstützt. Dadurch können geeignete indische Spielwarenhersteller bei einer Teilnahme im Oktober von den aktuellen Förderprogrammen profitieren. Interessierte Aussteller haben [hier](#) die Möglichkeit, sich für eine Teilnahme an der Messe zu bewerben.

Bildmaterial steht Ihnen unter www.world-of-toys.org/media zur Verfügung.

10.7.2025 – cor/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 Messesellschaften 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-eg.de).