

Neue Location für die BRANDmate 2025

Mit ihrem innovativen Konzept hat sich die BRANDmate zum führenden B2B-Networking-Event für Kooperationen, Partnerships und Licensing entwickelt. Zur vierten Ausgabe vom 25. bis 26. Juni 2025 hält das Team des bekannten Markenfestivals schon jetzt eine große Neuerung bereit. Die BRANDmate zieht von Fredenhagen nach Essen. Als neue Kulisse dient die Grand Hall auf der Kokerei der stillgelegten Zeche Zollverein.

Der ehemalige Industriekomplex zählt zum UNESCO-Welterbe und hat sich u. a. zu einem attraktiven Standort für Unternehmen aus der Kreativ- sowie Innovationswirtschaft entwickelt. „Die neue Location bietet mit ihrer spektakulären Architektur und ihrem außergewöhnlichen Flair einen perfekten Rahmen für die kommende BRANDmate“, freut sich Eva Stemmer, Geschäftsführerin der BRANDmate GmbH.

Von Beginn an überzeugt die Marken-Erlebniswelt mit ihrem kreativen, branchenübergreifenden Konzept. Auch in Essen wird sie ein entspanntes Umfeld für inspirierende Begegnungen, effizientes Networking und spannende Kooperationen schaffen. „Mit dem Ortswechsel geben wir der Veranstaltung neue Impulse und unterstreichen ihr dynamisches Format“, erklärt Christian Ulrich, Geschäftsführer der BRANDmate GmbH und Vorstandssprecher der Spielwarenmesse eG.

Bildmaterial steht Ihnen unter www.spielwarenmesse-eg.de/media zur Verfügung.

24.9.2024 – kk

Über die BRANDmate

Die BRANDmate ist ein B2B-Networking-Event rund um Markenkooperationen, Partnerships und Licensing mit dem Ziel, Unternehmen, Marken und potenzielle Kooperationspartner branchenübergreifend zusammenzubringen. Die nächste BRANDmate findet am 25. und 26. Juni 2025 in der Grand Hall der stillgelegten Zeche Zollverein in Essen statt. Verantwortlich für das Event ist die BRANDmate GmbH.

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 Messgesellschaften 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 **BRANDmate**, die das Thema Lizenzen und Partnerschaften in Essen unkonventionell und zukunftssträftig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv (www.spielwarenmesse-eg.de).