

Magic Moments in Essen – BRANDmate vereint Markenpower und Erlebnis

- Brands zum Anfassen: Warner Bros., RTL, Mattel & Co. vor Ort
- Volles Programm: Speaker Stage, Walking Acts und weitere Überraschungen
- Zusätzlich am zweiten Tag: Retail Day mit Licensing International Germany

Die BRANDmate verwandelt die Grand Hall der Zeche Zollverein in Essen am 25. und 26. Juni in einen Hotspot für Lizenzprofis, Markenmacher und kreative Köpfe verschiedenster Branchen. Mit dabei sind große Namen, spannende Neuaussteller und ein vielseitiges Eventkonzept, das Austausch, Know-how und Erlebnis in den Mittelpunkt rückt. Ein Highlight des zweitägigen Programms im Rahmen der BRANDmate ist der Retail Day, der in Kooperation mit dem Branchenweltverband Licensing International Germany am Donnerstag stattfindet.

Große Namen setzen Impulse

Warner Bros. Discovery zählt zu den prominenten Teilnehmenden des Events – und plant eine ganz besondere Aktion direkt im Eingangsbereich der BRANDmate. Noch ist das Konzept streng geheim, aber eins steht fest: Es wird ein echter Eyecatcher. Auch RTL Consumer Products verspricht große Inszenierungen: Neben einer Reality-TV-Lounge, die El Cartel Media mitgestaltet, und einem Taco-Foodtruck von Chefkoch erwartet die Besucherinnen und Besucher ein lebensgroßes Einhorn aus der „Unicorn Academy“ sowie eine exklusive Photo Opportunity rund um Gala und Brigitte. Mit weiteren Branchen-Größen wie Hasbro Deutschland, Mattel, Paramount, The Pokémon Company, The Smiley Company, SevenOne Ad. Factory, Studio 100, Story House Egmont, Universal, Wildbrain CPLG, WDR mediagroup und ZDF Studios setzt die BRANDmate auch in diesem Jahr auf Markenpower und vielfältige Impulse.

Neuzugänge mit Profil

Darüber hinaus bereichern namhafte Neuzugänge die Veranstaltung: CNC Cosmetics bringt frischen Wind in den Kosmetikbereich und unterstreicht die zunehmende Relevanz von Lizenzprodukten im Beauty-Segment. Das etablierte Unternehmen La Plume Dorée aus Frankreich rückt hingegen Reisegepäck, Schreibwaren und Accessoires in den Fokus. Erstmals mit dabei ist auch die Agentur Crexpro, die mit ihren beeindruckenden Cosplayern für markenstarke Inszenierungen sorgt. Die Charaktere aus der Anime-,

Games- und Popkultur zählen zu den Publikumsmagneten auf Events in ganz Europa – und sind auch Teil der BRANDmate Parade. Rund 20 Walking Acts, in Zusammenarbeit mit Vontz, sorgen während des Events für maximale Aufmerksamkeit und erwecken die Erlebnisflächen zum Leben. Zudem gibt es ein Wiedersehen mit den Markenkupplern: Mit ihrem beliebten „BLINDmate“-Format bringen sie erneut spannende Persönlichkeiten aus der Branche in kurzen Sessions zusammen. Ein weiteres Highlight ist die Signierstunde mit dem bekannten Comic-Zeichner Ralph Ruthe am Stand von Kiddinx Media (25.6., 14 Uhr). BRANDmate Geschäftsführer Christian Ulrich betont: „Unsere Veranstaltung bietet den perfekten Rahmen für kreativen Austausch und überraschende Kooperationen. Entsteht aus einer Idee ein echtes Produkt oder ein Projekt, freuen wir uns jetzt schon auf ein neues BRANDbaby.“

Speaker Stage mit Handelsschwerpunkt

Einen strategischen Weitblick verspricht auch das zweitägige Programm der BRANDmate – mit klaren Themen, spannenden Impulsen und praxisnahen Einblicken aus Licensing, Markenführung, Medien, Handel und Kultur. Drei inhaltliche Themenblöcke strukturieren die Vorträge: Bei „BRANDS for Future“ geht es um die Frage, wie etablierte Marken zukunftsfähig bleiben – mit Fokus auf KI, Innovationskraft und Strategie. „BRANDS for Mates“ beleuchtet Fandoms, Kidults & Cultural Marketing: Wie entstehen echte Beziehungen zwischen Marken und Communities? Das Highlight am Donnerstag bildet „BRANDS for Retail“. Der Retail Day, der in Kooperation mit Licensing International Germany und BRANDmate parallel zum Event stattfindet, zeigt die erfolgreiche Zusammenarbeit von Handel und Marken auf. Exklusive Studien und Best Practices bieten Händlerinnen und Händlern konkrete Ansätze für das stationäre und digitale Geschäft. Das Ticket gilt für beide Veranstaltungstage.

Damit neben dem Know-how auch der Austausch nicht zu kurz kommt, bietet die BRANDmate inspirierende Lounge- und Networkingflächen – ideal für spontane Gespräche, neue Kontakte und kreative Ideen. Für das leibliche Wohl sorgt u. a. Freikopf. Der Betreiber der großen Bar in der Grand Hall hält ganztägig alkoholfreie Drinks in entspannter Atmosphäre bereit. „Unser Ziel ist es, Marken nicht nur sichtbar, sondern erlebbar zu machen. Die Kombination aus Business, Begegnung und Erlebnis macht die BRANDmate so besonders“, resümiert Christian Ulrich.

Weitere Informationen sind auf der Webseite www.brandmate.events erhältlich.

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

26.5.2026 – sw

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 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 **BRANDmate**, 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).