Presseinformation

Spielwarenmesse eG
... your cooperative partner

BRANDmate begeistert mit innovativen Ideen und starker Location

- Gelungener Umzug: Zeche Zollverein als zentraler Treffpunkt für die Branche
- Neuer Name, bewährtes Format: Aus BRANDmate wird BRANDmania

Zwei Tage voller Energie, Begegnungen und Ideen: Am 25. und 26. Juni wurde die Grand Hall der Zeche Zollverein in Essen zum Place to be für Markenmacher, Lizenzprofis und kreative Köpfe. Die BRANDmate brachte rund 900 Teilnehmende aus unterschiedlichsten Branchen zusammen. Mit innovativen Formaten und zahlreichen Highlights hat das Event seine Position als Plattform für Kooperationen, Partnerships und Licensing eindrucksvoll unterstrichen. Auch künftig setzt das Team um Geschäftsführer Christian Ulrich auf Kontinuität im Format und Offenheit für Neues – ganz aktuell mit dem Rebranding von BRANDmate zu BRANDmania, das aus markenrechtlichen Gründen erfolgen muss.

Location mit Wirkung

Die BRANDmate hat erstmalig auf dem Gelände des Unesco Weltkulturerbes der Zeche Zollverein stattgefunden. „Der Wechsel von Offenbach nach Essen wurde von allen Seiten hervorragend angenommen“, freut sich Business Development Manager Katrin Störr. Der Industrie-Charme und die lockere Aufmachung sind geblieben. „Die Atmosphäre ist fantastisch. Es ein großartiger Ort für Networking und neue Geschäftschancen“, findet Loïck Boinnard, Trade & Retail Marketing Executive von Toei Animation Europe. Die BRANDmate lebt vom persönlichen Austausch – im Matchmaking, auf den Loungeflächen der Marken oder beim spontanen Gespräch zwischen Panels und Parade. Mit über 2.650 vernetzten Kontakten allein im Termintool, war auch in diesem Jahr der Dialog das Herzstück des Events. „Die BRANDmate ist der ideale Ort, um gemeinsam mit starken Markenpartnern frische Impulse zu setzen und innovative Ansätze für unser Lizenzgeschäft mit bestehenden und neuen Partnern mitzunehmen“, bestätigt Anto Crepulja, Director Consumer Products bei Warner Bros. Discovery.

Spannende Inszenierungen, neue Perspektiven

Auch weitere namhafte Marken und Unternehmen wie Bavaria Media, El Cartel Media, Hasbro Deutschland, Koziol, Mattel, Paramount, RTL Consumer Products, Seven.One AdFactory, Story House Egmont, Studio 100, The Smiley Company, Universal, Wildbrain

Spielwarenmesse eG
Herderstraße 7
90427 Nürnberg, Germany

Pressekontakt:
Scarlett Wisotzki

Tel.: +49 911 99813-33
Fax +49 911 99813-833
presse@spielwarenmesse.de

CPLG und ZDF Studios haben mit besonders ansprechenden Ständen, Fotospots und Inszenierungen im Eingangsbereich ihre Themen zum Leben erweckt. Frische Impulse kamen von Neuausstellern wie La Plume Dorée, Riethmüller, The Pokémon Company oder CNC Cosmetic. Nicole Wülfing, die Sales Managerin der Kosmetikmarke findet: „Die Organisation und das Rahmenprogramm haben unsere Erwartungen übertroffen." Dazu zählten ein starker Auftritt der Parade mit rund 35 Walking Acts – powered by Vontz – und das bewährte BLINDmate-Format der MARKENkuppler. Hier haben die Firmen Wholey und Oetinger zusammengefunden und sehen die Chance auf eine besondere Kooperation, aus der bestenfalls ein neues BRANDbaby entsteht. Ein weiteres Beispiel für kreatives Community Building war die Signierstunde mit Comic-Künstler Ralph Ruthe am Stand von Kiddinx. Julia Wurzer, Head of Brands bei der WDR mediagroup bringt es auf den Punkt: „Als Branche an diesen zwei Tagen zusammenzukommen, fühlt sich immer wie ein Klassentreffen an und auch das Abendprogramm lädt zu netten und wertvollen Gesprächen ein." Viel positives Feedback erfuhr auch Gründerin Eva Stemmer, die am zweiten Veranstaltungstag persönlich vor Ort war.

Content für die Community

Besonders hervorgehoben wurden auf der vierten BRANDmate die starke Location, die entspannte Atmosphäre und das echte Community-Feeling. „Der offene Rahmen ermöglichte hochwertige Gespräche auf Augenhöhe – direkt, unkompliziert und effektiv. Besonders beeindruckend: inspirierende Keynotes und ein innovatives Programm", findet Sarah Laura Kleen, Key Account Managerin von Erstaussteller G. Güldenpfennig. Auf der Speaker Stage haben drei sehr gut besuchte Themenblöcke für Struktur gesorgt: „BRANDS for Future" (KI, Innovation, Strategie), „BRANDS for Mates" (Fandoms, Kidults, Culture) und „BRANDS for Retail" (Handels-Kooperationen, Best Practices, Studien). Der Retail Day, der in Kooperation mit dem Weltleitverband Licensing International Germany erstmals parallel zum Event stattfand, hat die erfolgreiche Zusammenarbeit von Handel und Marken unterstrichen.

Mit neuem Namen in die Zukunft

Nach vier Jahren schlägt die BRANDmate ein weiteres Kapitel auf – und wird ab sofort zu BRANDmania. Hintergrund ist eine notwendige Umbenennung aus

Spielwarenmesse eG
Herderstraße 7
90427 Nürnberg, Germany

Pressekontakt:
Scarlett Wisotzki

Tel.: +49 911 99813-33
Fax +49 911 99813-833
presse@spielwarenmesse.de

markenrechtlichen Gründen. Inhaltlich bleibt alles, was die Veranstaltung heute ausmacht: Networking auf partnerschaftlicher Basis. „So gerne wir den Namen behalten hätten – die BRANDmania bleibt eine starke Bühne, auf der ideenreiche Menschen, Marken mit Potenzial und zukunftsträchtige Branchen zusammenkommen. Wir freuen uns auf nächstes Jahr – und danken allen, die diese Ausgabe zu etwas Besonderem gemacht haben“, resümiert Christian Ulrich. Die BRANDmania findet vom 24. bis 25. Juni 2026 in Essen statt.

Aktuelles Bildmaterial hält unsere Mediathek bereit: www.spielwarenmesse-eg.de/media

2.7.2025 – sw

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 Messegesellschaften 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 zukunftsträchtig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv (www.spielwarenmesse-eg.de).

Spielwarenmesse eG
Herderstraße 7
90427 Nürnberg, Germany

Pressekontakt:
Scarlett Wisotzki

Tel.: +49 911 99813-33
Fax +49 911 99813-833
presse@spielwarenmesse.de