

19.02.2025 – 09:05 Uhr

Große Nachfrage: BRANDmate mit starken Marken und neuer Kulisse / Perfekter Mix aus bekannten Namen und Neuausstellern / RetailDay rückt Handelsinteressen in den Fokus



Nürnberg (ots) -

Die Vorfreude auf die BRANDmate steigt. Am 25. und 26. Juni kommen an Lizenzen und Kooperation Interessierte aus unterschiedlichsten Branchen zusammen, um sich zu vernetzen und innovative Zukunftskonzepte zu entwickeln. Viele namhafte Unternehmen haben ihre Präsenz für das Event bereits bestätigt. Mit dem Weltkulturerbe der Zeche Zollverein in Essen wartet auf die Teilnehmenden eine neue, angesagte Location mit kreativen Showcases. Eine weitere Premiere feiert der integrierte RetailDay, der inspirierende Gespräche und wertvolle Geschäftschancen verspricht.

IP-Owners, Hersteller, Handel - für alle ist die BRANDmate die perfekte Gelegenheit, um Marken und Produkte vor einem engagierten Publikum zu präsentieren und tiefgehende Insights in die aktuellen Branchentrends zu gewinnen. Die Nachfrage ist groß. Mit neuen Themen und innovativen Ideen sind g.l.a.m., Hasbro, Kiddinx, Mattel, NBCUniversal, RTL Consumer Products, Seven.One Licensing, Studio 100 International, Tessloff, Vontz, die WDR mediagroup, Wildbrain CPLG und viele weitere Unternehmen mit von der Partie. Auch zahlreiche Neuaussteller haben sich angekündigt, wie beispielsweise G. Güldenpfennig. Das Unternehmen für Private Label Bekleidung hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einem starken Partner für Großkunden aus dem Handel entwickelt und bietet verschiedene Lizenzartikel, wie Disney, Marvel, Star Wars, PAW Patrol oder Looks by Wolfgang Joop.

Praxisnaher Handelstag

Neu in diesem Jahr ist der "RetailDay powered by Licensing International und BRANDmate". Der exklusive Thementag wird am Donnerstag, den 26. Juni, als Show-in-Show in enger Kooperation mit dem Lizenzverband ausgerichtet und ist speziell auf die Bedürfnisse von Händlerinnen und Händlern aller Branchen zugeschnitten. Das vielfältige Programm verspricht ihnen an diesem Tag hochwertige Vorträge von spannenden Speakern sowie anregende Diskussionsrunden an moderierten Roundtables, so dass sie jede Menge neue Erkenntnisse von aktuellen Lizenztrends, Best-Practice-Beispielen sowie kreativen Geschäftsmodellen erhalten können.

Perfekte Kooperationen

"Es ist großartig, wie sich die BRANDmate weiterentwickelt. Wie fruchtbar und innovativ Partnerschaften innerhalb unserer Community sein können, belegen unsere BRANDbabies", betont Gründerin Eva Stemmer. Dabei handelt es sich um zwei Marken, die auf dem Event zusammengefunden haben und besondere Erfolge vorweisen. Beispiele sind die "Pac-Man Oreo"-Kekse, die das Lebensmittelunternehmen Mondelez gemeinsam mit dem Spielwarenhersteller Bandai Namco Europe auf den Markt gebracht hat, sowie der Launch der "Ardell Lashes"-Produktreihe beim Quotenbringer "Germany's Next Topmodel" (Seven.One Licensing). Ambitionierte Unternehmen haben die Möglichkeit, auf der kommenden Veranstaltung noch letzte freie Flächen zu ergattern, um eigene BRANDbabies entstehen zu lassen.

BRANDmate Geschäftsführer Christian Ulrich freut sich darauf, die gesamte Branche in Essen willkommen zu heißen: "Das bisherige Commitment der Teilnehmenden, gepaart mit einem bunten Programm, das praxisnah und zukunftsorientiert zugleich ist, lässt uns auf zwei vielversprechende Tage voller Inspiration und intensivem Networking in Essen blicken."

Pressekontakt:

Scarlett Wisotzki
Director Communications
Spielwarenmesse eG
Tel.: +49 911 99813-33
Mail: s.wisotzki@spielwarenmesse.de

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004257/100928881> abgerufen werden.