

Auftakt für neue Kooperationen und Lizenzgeschäfte: Zweite BRANDmate steht in den Startlöchern

- Innovatives Networking-Event mit Speeddating, Showrooms und Speakerstages
- Festivalelemente wie Markenfoodtrucks und Live-Konzert
- Breites Programm mit Impulsvorträgen, Master-Classes und Showküche

Wer mit seiner Marke in einer sich ständig veränderten Wirtschaftswelt erfolgreich bleiben und von den neuesten Trends aus den Bereichen Kooperationen und Lizenzierung profitieren will, ist hier genau richtig: Am 21. und 22. Juni findet in Fredenhagen bei Offenbach die BRANDmate statt. Die Basis für eine neue Größenordnung im Bereich Lizenzgeschäfte und Kooperationen ist das Ergebnis der Zusammenarbeit mit der Spielwarenmesse eG, die langjährig besteht und im Herbst letzten Jahres für dieses Event intensiviert wurde.

Die BRANDmate geht über eine klassische Messe weit hinaus. In der 4.900 m² großen Kulisse der stillgelegten Stahlbau-Industrieanlage Fredenhagen hat das Veranstalter-Team eine unkonventionelle Symbiose aus Messe, Kongress und Festival erschaffen. Für Geschäftsführerin Eva Stemmer genau das richtige Konzept für den Lizenzbereich: „Was wir anstreben, ist eine Marken-Erlebnis-Area mit Showrooms, Themen-Cafés, Foodtrucks und vielem mehr. Ein Marken-Wonderland, das für neue Möglichkeiten sensibilisiert und dazu einlädt, frische Kooperations-Ideen zu denken.“ Christian Ulrich, Sprecher des Vorstands der Spielwarenmesse eG, fügt hinzu: „Wir freuen uns sehr, unsere langjährige Erfahrung und auch unsere Kontakte in die BRANDmate einzuspielen, um der Branche gemeinsam zukunftsweisende Formate aufzuzeigen.“

Mit 190 Unternehmen und 450 Teilnehmerinnen und Teilnehmern hat die Veranstaltung im vergangenen Jahr eine gelungene Premiere gefeiert. In diesem Jahr verspricht die BRANDmate erneut zwei Tage voller Networking in vergrößertem Umfeld. So stehen neben Unternehmen aus den Bereichen Entertainment, Toys und PBS auch die Branchen Gaming & e-Sport, Food & Beverage, Home & Living, Mobility & Travel sowie Sport & Fashion im Fokus. Licensing International wird als weltweit bedeutendster Verband seine Expertise einbringen und das Event als Bildungspartner vervollständigen.

Das Programm ist breit gefächert: BRANDS on Stage lädt die Besucherinnen und Besucher ein, die relevanten IPs (Intellectual Properties) des kommenden Jahres zu entdecken. Mit gut 30 % Ausstellerzuwachs präsentiert sich eine bunte Branchenmischung aus nationalen und internationalen Entertainment-Unternehmen wie Warner Bros., NBCU, SuperRTL, WDR mediagroup und Paramount, oder Sportvereine wie der BVB (Borussia Dortmund) und Eintracht Frankfurt. Auch Verlage wie der Jahreszeiten Verlag und Carlsen, Foodmarken wie Jokolade oder Home & Living-Marken wie Koziol, IBENA Textile und Carrera ergänzen das Event. Außerdem reihen sich auf einer Speaker-Bühne inspirierende Vorträge aneinander. In 30-Minuten-Slots informieren sie über Themen wie Zielgruppen-Marktforschung, KI, zukünftiges Konsumentenverhalten, den Einfluss von Snapchat, TikTok, YouTube und Twitch oder die Emotionalisierung von Marken.

Ein weiterer Fokus liegt diesmal auf der „All inclusive“-Versorgung mit Essen, Getränken und Entertainment. Der „Wacken-Bäcker“ und „Baker of the Year“ Axel Schmitt ist in der eigens eingerichteten Showküche genauso anwesend wie Sternekoch Johann Lafer. Marken wie Gustavo Gusto, Bruno Gelato oder Traeger versorgen die Besucherinnen und Besucher mit Pizza, Eis und Gegrilltem. Daneben gibt es auch wieder eine Ausstellungsfläche, auf der sich Marken und Unternehmen präsentieren können sowie eine Abendveranstaltung mit Live-Konzert. Das komplette Programm ist unter www.brandmate.events abrufbar.

Ein innovatives Networking-Tool ermöglicht den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, sich bereits im Vorfeld zu vernetzen. Über die Website der BRANDmate können Kontakte zu Ausstellern geknüpft, Termine vorab vereinbart und neue Geschäftschancen generiert werden. Das Besondere: Alle Kontakte sind zwei Wochen vor dem Event sichtbar, jeder kann jeden anschreiben. So bietet die BRANDmate erneut ihren besonderen Spirit mit Festival-Charakter und auf Augenhöhe geführter Kommunikation bekannter Marken.

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

31.5.2023 – seb

Spielwarenmesse eG

Die Spielwarenmesse eG ist der Messeveranstalter und Marketingdienstleister für die Spielwarenbranche und weitere Konsumgütermärkte. Das Nürnberger Unternehmen veranstaltet die weltweit führende **Spielwarenmesse®** in Nürnberg, die um das Angebot der **Spielwarenmesse® Digital** ergänzt wird. Darüber hinaus gehören die **Internationalen Spieltage SPIEL** in Essen, die **Kids India** in Mumbai sowie die **Insights-X** in Nürnberg zum Portfolio. Das Thema Lizenzen und Partnerschaften wird durch die **BRANDmate** in Offenbach erweitert. Das Leistungsspektrum der Genossenschaft umfasst auch Industrieaktionen und das internationale **Messeprogramm World of Toys by Spielwarenmesse eG**, das Hersteller mit Gemeinschaftsbeteiligungen auf Fachmessen in Asien und in den USA führt. Weltweit ist die Spielwarenmesse eG durch Repräsentanten in über 90 Ländern vertreten. Zusätzlich sind die Tochterunternehmen Spielwarenmesse Shanghai Co., Ltd. für die VR China und die Spielwarenmesse India Pvt. Ltd. für Indien zuständig. Das Tochterunternehmen **Die roten Reiter GmbH** mit Sitz in Nürnberg arbeitet als Kommunikationsagentur für die Konsum- und Investitionsgüterindustrie. Das komplette Unternehmensprofil der Spielwarenmesse eG ist im Internet unter www.spielwarenmesse-eg.de verfügbar.