

Gelungene Premiere: Erster BRANDbaby Award geht an Barbie x Condor

Glückliche Gewinner: Im Rahmen des Licensing Summit, der Jahresveranstaltung von Licensing International Germany, wurden die Licensing Awards am Donnerstag in München erstmals in einem neuen Format und in Kooperation mit BRANDmania vergeben. Katrin Störr, Head of BRANDmania, überreichte den Preis für das „BRANDbaby des Jahres 2025“ an Condor x Barbie. Bei den „BRANDbabys“ handelt es sich um erfolgreiche Umsetzungen zweier Marken, die auf der BRANDmania entstanden sind.

In insgesamt vier Kategorien feiern die Licensing Awards herausragende Best Practices aus dem Lizenzbereich. Zum „Lizenzprodukt des Jahres“ wurde das „Lustige Taschenbuch ‘Wacken’-Edition“ von Disney Consumer Products/Egmont Ehapa gekürt, „Lizenzthema des Jahres“ ist „Bluey“ von Studio 100. Der „Retail loves Licensing Award“ ging an Warner Bros. mit „Harry Potter x Thalia“. Eine Jury aus 16 Branchen-Profis hatte in einem anonymen Voting die Sieger aus über 60 Einreichungen ausgewählt.

Die nächsten Lizenz-Highlights lassen nicht lange auf sich warten: Die LicenseLounge – powered by BRANDmania – findet vom 27. bis 31.1.2026 auf der Spielwarenmesse in Nürnberg statt und überrascht in neuem Look. Die nächste BRANDmania lädt vom 24. bis 25. Juni 2026 erneut nach Essen ein.

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

17.11.2025 – 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 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 Weltleitmesse: 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 zukunftssträchtig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv (www.spielwarenmesse-eg.de).