

Volles Programm auf der BRANDmania in Essen

- „The Stage“ mit inspirierenden Talks, praxisnahen Insights und Best-Practices
- Kreative Markenaktivierungen und interaktive Mitmach-Highlights

Die diesjährige BRANDmania wird bunt – zwei Tage Markenpower, Impulse und Festival-Feeling stehen wieder auf dem Programm am 24. und 25. Juni in Essen. Auf der B2B-Veranstaltung rund um Lizenzen und Kooperationen trifft in der Zeche Zollverein Business auf Kreativität und Networking auf Wissen. Für weitere Highlights sorgt das Programm auf „The Stage“. Branchen-Experts nehmen die Teilnehmenden mit auf spannende Insights rund um die Themenwelten „Brands, Fans & Audiences“, „Licensing & Collabs“ sowie „Brands @ Retail“. Kompaktes Speeddating, kuratierte Showrooms und digitale Matchmaking-Formate sowie spezielle Community-Meetups, wie der Metal Business Club, machen den besonderen Vibe aus und schaffen beste Connections.

Bühne frei für Brands & Licenses!

Bekannte Walking Acts stimmen gleich zu Beginn mit einer großen Parade auf zwei Tage voller Brands ein. Den offiziellen Startschuss gibt Head of BRANDmania Katrin Störr, bevor das Programm auf „The Stage“ beginnt. Powered by Licensing International Germany, ist die große Bühne der Spot für kompakte Talks, Panels und Best-Practice-Cases. Petra Strobl stellt am Mittwoch die Top-Lines der Global Licensing Study 2026 vor und liefert Daten und Fakten für die Diskussionen. Ines Imdahl räumt in „GenZ endlich verstehen“ mit Mythen zur jungen Zielgruppe auf. Zudem skizziert Silvia Talmon, wie aus Megatrends echte Einkaufserlebnisse am PoS werden. Weitere Sessions beleuchten Gamification als Instrument für Markenführung sowie die Bedeutung von Authentizität in der Markenkommunikation. Am Donnerstag stehen die Kidults im Slot von Jasmin D. Karatas und Alexander Lapeta (Elbenwald) auf der Agenda während Isabelle Tambue und Bülent Özdemir (Essence) unter „Fearless & Fun“ ihre Praxiserfahrungen für eine erfolgreiche Social-First-Strategie teilen. Kreative Energie garantiert die Deep Dive Lounge by Collab Culture von Eva Stemmer und Jörg Meister an beiden Veranstaltungstagen.

Perfektes Match

Die BRANDmania schafft einen Ort, an dem Ideen auf Entscheidungsträger treffen und aus Gesprächen Geschäftsmodelle werden. Networking und Matchmaking sind dabei als Herzstück des Events bei allen Programmpunkten mit von der Partie. Das Live-Matchmaking-Format blindmate® von den MarkenKupplern bringt beispielsweise Brands und potenzielle Partner in kurzen, fokussierten Gesprächen zusammen – in diesem Jahr sucht der Sprachlernanbieter Duolingo in einer Live-Session nach passenden Matches. Den ersten Veranstaltungsabend können alle gemeinsam bei der großen Live-Party mit der Urban Club Band ausklingen lassen. Das detaillierte Programm sowie Tickets sind online unter <https://brandmania.events> zu finden.

Bildmaterial steht Ihnen unter www.spielwarenmesse-group.com/media zur Verfügung.

2.6.2026 – sr

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 Messgesellschaften 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 zukunftssträftig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv (www.spielwarenmesse-group.com).