

## **Wenn Marken Funken sprühen: Die BRANDbabys der BRANDmania kommen groß raus**

- Jüngstes BRANDbaby: Barbie x Helene Fischer
- Festival für Licensing, Brands und Collabs vom 24. bis 25. Juni in Essen

Zwei Marken, ein Business-Date, unendlich viele Möglichkeiten: Auf der BRANDmania entwickeln sich seit Jahren außergewöhnliche Kooperationen, die das Beste zweier Welten vereinen. Wenn die DNA von Marken matcht, entstehen sogenannte BRANDbabys – kreative Projekte, die ihren Ursprung in Begegnungen, Gesprächen und Ideen auf dem größten B2B-Networking-Festival für Lizenzen und Kooperationen haben. Aktuellstes Erfolgsbeispiel ist das BRANDbaby zwischen Universal Music und Mattel, die den Launch von „Barbie x Helene Fischer“ bei Tchibo feiern. Zur kommenden BRANDmania am 24. und 25. Juni in der Zeche Zollverein in Essen macht erstmals ein eigenes Special erfolgreiche Markenpartnerschaften erlebbar.

### **Barbie meets Helene Fischer**

Das jüngste BRANDbaby ist aus einer Partnerschaft von Universal Music und Mattel entstanden. Was auf der BRANDmania 2025 mit ersten Gesprächen zwischen den beiden Unternehmen begann, entwickelte sich innerhalb weniger Monate zu einer umfassenden und aufmerksamkeitsstarken Kooperation rund um Barbie und Helene Fischer. Aktuell feiert die Partnerschaft mit dem Launch der exklusiven „Barbie x Helene Fischer“-Kollektion bei Tchibo ihren bisherigen Höhepunkt. Die gemeinsam mit Tchibo entwickelte und streng limitierte Fan-Kollektion umfasst Fashion-Highlights wie Shirts, Sweatshirts, Nachtwäsche, Caps, Accessoires und Lifestyle-Produkte für Kinder und Frauen. Dieses BRANDbaby zwischen Mattel, Universal Music und Tchibo zeigt beispielhaft, wie aus ersten Begegnungen auf der BRANDmania erfolgreiche Partnerschaften entstehen können, die Markenwelten emotional aufladen und kulturelle Relevanz schaffen.

### **Zwei Marken, ein BRANDbaby**

Ob Limited Edition, Plüschtfiguren, Schul- und Freizeitprodukte, dekorative Kosmetik oder Fashion: Die BRANDbabys erhalten auf der kommenden BRANDmania erstmals eine

## Pressemitteilung

eigene Bühne. Auf einem großen Special können Teilnehmende die kreativen Kooperationen der vergangenen Jahre anhand konkreter Produktbeispiele bestaunen und sich inspirieren lassen. „Genau dafür machen wir BRANDmania: um Menschen, Marken und Ideen zusammenzubringen. Unsere BRANDbabys sind der beste Beweis dafür, was passieren kann, wenn die Chemie stimmt, kreative Energie auf starke Marken trifft und aus einem ersten Kennenlernen echte Kooperationen entstehen, also der Proof of Concept für unser Event“, freut sich Katrin Störr, Head of BRANDmania. Folgende Markenkooperationen gehören dazu:

- Bavaria Media Licensing x Rewe
- CRAZE x Heunec
- ECM/RTLZWEI x FRANZIS
- Fanatics x DFB x Spreadshirt
- FRANZIS x BurdaVerlag
- Frechverlag x KIDDINX Media
- Germany's Next Topmodel x Ardell Lashes
- Heunec x Heavysaurus
- KIDDINX Media x von.tz
- Mattel x Condor
- Mondelez x Bandai Namco Europe
- Natubini x Anouk
- Schmidt Spiele x gomazing
- Studio 100 International x Haba
- Tessloff x CRAZE
- Undercover x WildBrain CPLG
- Warner Bros. x Parfumlovers

Spannende Insights zu den BRANDbabys liefert die Webseite [www.brandmania.events/de/brandbabys](http://www.brandmania.events/de/brandbabys).

Bildmaterial steht Ihnen unter [www.spielwarenmesse-group.com/media](http://www.spielwarenmesse-group.com/media) zur Verfügung.

8.6.2026 – kk

## Pressemitteilung

### Über die BRANDmania

Die BRANDmania ist ein B2B-Networking-Event rund um Markenkooperationen, Partnerships und Licensing mit dem Ziel, Unternehmen, Marken und potenzielle Kooperationspartner branchenübergreifend zusammenzubringen. Die nächste BRANDmania findet am 24. und 25. Juni 2026 in der Grand Hall der stillgelegten Zeche Zollverein in Essen statt.

### 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 zukunftssträchtig abbildet. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse eG ganzjährig aktiv ([www.spielwarenmesse-group.com](http://www.spielwarenmesse-group.com)).