

## Información de prensa

### **Entre charlas sobre tendencias y tatuajes: BRANDmania inaugura el festival de licencias con numerosas atracciones**

- El punto de encuentro para el networking, las colaboraciones entre marcas y las licencias en Essen
- Los principales actores internacionales ofrecen una visión de los temas que marcarán el futuro
- Experiencias interactivas, música en directo y comida callejera con todo incluido

Cuando los artistas itinerantes recorren los pabellones, las marcas se dan cita y se debaten los temas de licencias más interesantes de los próximos años, ¡es hora de volver a BRANDmania! Los días 24 y 25 de junio, el festival de networking B2B más grande de Europa dedicado a las licencias y las colaboraciones reunirá a los principales actores del sector en el recinto de la mina Zollverein, en Essen. Con un programa ampliado, nuevas zonas de experiencias y un número cada vez mayor de participantes procedentes de diversos sectores, Spielwarenmesse Group, como organizador, continúa su trayectoria de éxito.

### **Un comienzo prometedor**

BRANDmania da inicio al festival de marcas con un gran desfile de mascotas. A continuación, Katrin Störr, directora de BRANDmania, da la bienvenida a los asistentes y comparte algunas reflexiones: cada vez son más los licenciantes internacionales y las empresas de marcas, como Hasbro, NBC Universal y Mattel, que aprovechan el marco de esta plataforma para celebrar sus propias proyecciones exclusivas. «El día anterior ofrecen a sus socios una visión general de los temas, personajes y franquicias que marcarán los mercados en los próximos dos años. De este modo, BRANDmania se consolida cada vez más como un espacio para el análisis temprano de tendencias y perspectivas de futuro», afirma satisfecha Katrin Störr. Al mismo tiempo, el evento trasciende las fronteras del sector en las que se había enmarcado hasta ahora y cuenta con un número cada vez mayor de participantes procedentes de los ámbitos de la moda, el textil, la alimentación y los productos para mascotas. La renovada participación de todos los minoristas relevantes subraya su importancia como punto de encuentro clave para el networking, las colaboraciones y las nuevas oportunidades de negocio.

## Información de prensa

### **Todo lo que se precie**

Desde marcas de entretenimiento de talla mundial hasta innovadoras empresas emergentes: BRANDmania vuelve a reunir este año toda la diversidad del sector. Estarán presentes figuras clave como Hasbro, Mattel, Paramount Global, RTL Consumer Products, Seven.One Commerce, Universal Products & Experiences y Warner Bros. Discovery, así como The Pokémon Company International, Studio 100 y Sesame Workshop. Al mismo tiempo, nuevas empresas como F.C. Industries (Pakistán), Joy&Toy (Polonia), JETRO (Organización de Comercio Exterior de Japón), Living Puppets y TÜV Rheinland aportan nuevas perspectivas. La primera atracción espera a los asistentes incluso antes de entrar en el recinto del evento: con Kinder GPT, HillcrownAI presenta una experiencia extraordinaria con un efecto sorpresa. De este modo se crean valiosas conexiones entre el entretenimiento, la moda, la gastronomía, los medios de comunicación, la edición, los juguetes, la seguridad de los juguetes y el deporte. El gran «BRANDbaby Lounge» muestra, a través de ejemplos de productos seleccionados, cómo se materializan en el mercado estas colaboraciones de éxito. También se suma a la lista la última colaboración entre Universal Music y Mattel, que acaba de lanzar «Barbie loves Helene Fischer» en Tchibo.

### **Inspiración en un gran escenario**

«The Stage» es el punto de encuentro clave para conocer las últimas novedades del sector, obtener nuevos impulsos y descubrir perspectivas prácticas. El programa, presentado y comisariado por Licensing International Germany, reúne conferencias, mesas redondas y casos de éxito en torno a tres temas principales: «Licensing & Collabs», «Brands, Fans & Audiencias» y «Brands @ Retail». Petra Strobl, directora general de Licensing International Alemania, abrirá el evento con información exclusiva sobre el «Global Licensing Industry Study 2026». El popular formato «blindmate®» de MarkenKuppler aportará un toque adicional de emoción. Este año, la aplicación para aprender idiomas Duolingo será la protagonista y se lanzará a la búsqueda de la marca perfecta con la que emparejarse. Además, el «Collab Culture Lounge» de Eva Stemmer y Jörg Meister ofrece un espacio para el intercambio intensivo, que abre perspectivas poco habituales sobre la creación de comunidades, la gestión de marcas y las

## Información de prensa

colaboraciones. Uno de los platos fuertes del programa: el «Metal Business Club», un encuentro informal de networking para todos los aficionados a este género musical.

### **Un mundo de marcas en pleno centro**

BRANDmania es sinónimo de experiencias, y este año hay muchas. Numerosas activaciones de marcas en torno a diversos temas, como «El Hobbit», «Let's Dance», «Bob Esponja» o «Los Osos de la Suerte», invitan a participar y descubrir. El Exit Truck de Kosmos también estará presente. Una novedad es el BRANDmania Ink Lab, donde la creatividad se lleva, literalmente, bajo la piel: los participantes tienen la oportunidad de tatuarse su motivo favorito de la licencia de forma gratuita. Rock Antenne se encarga de amenizar la jornada con la música adecuada. Y BRANDmania también destaca en el ámbito gastronómico: desde comida callejera hasta la barra de dulces y la Coffee Bike, pasando por el popular bar de la primera planta, toda la oferta está incluida en la entrada. Las visitantes podrán prepararse tranquilamente para la noche en la nueva «Glow Up Area», antes de que la Urban Club Band ponga el broche de oro al primer día del evento con música en directo. La legendaria fiesta BRANDmania combina cultura industrial, innovación y ambiente festivo.

«La oferta de BRANDmania es un ejemplo del valor que supone hacer que las marcas se vivan de forma sorprendente. El evento combina contenidos de gran calidad, valiosos contactos comerciales y experiencias extraordinarias en un formato sectorial único en Europa», resume Christian Ulrich, portavoz del consejo de administración de Spielwarenmesse eG.

Las entradas y el programa están disponibles en la página web:

[www.brandmania.events](http://www.brandmania.events).

Disponen de material de imágenes bajo [www.spielwarenmesse-group.com/media](http://www.spielwarenmesse-group.com/media).

18.6.2026 – sw

### **Sobre la BRANDmania**

La BRANDmania es un evento de creación de redes B“B en torno a las cooperaciones de marcas, asociaciones licencias con el objetivo de conectar empresas, marcas y posibles socios de cooperación a través de los diferentes sectores. La próxima BRANDmania tiene lugar el 24 y 25 de junio en el Grand Hall de la antigua Mina Zollverein en Essen.

## Información de prensa

### **Spielwarenmesse eG**

Versátil y con orientación internacional: así representa la Spielwarenmesse eG a la industria del juguete y otros mercados de bienes de consumo. En su forma jurídica de cooperativa, la empresa es única entre las empresas de ferias y tiene un gran éxito: el equipo de 60 personas opera desde la «ToyCity» de Núremberg y cuenta con el apoyo de representantes en más de 100 países. Su oferta incluye dos de las ferias más importantes del mundo: La **Spielwarenmesse** de Núremberg es líder internacional en el sector B2B y la **SPIEL** de Essen, en el B2C. Además, está **Kids India** en Mumbai y el programa de ferias **World of Toys by Spielwarenmesse**, que permite a los fabricantes acceder a nuevos mercados mediante participaciones conjuntas en **Hong Kong, Tokio y Nueva York**. Las propias filiales de la empresa en los lugares clave **China e India** proporcionan la experiencia pertinente directamente in situ. Gracias a su experiencia concentrada y a su red mundial, los organizadores de ferias se están convirtiendo cada vez más en fuerzas motrices y pioneros de los temas y tendencias del sector. El ejemplo más reciente es **BRANDmania**, que presenta en Essen el tema de las licencias y asociaciones de una forma poco convencional y con visión de futuro. Spielwarenmesse eG está activa todo el año, tanto con sus eventos como con su oferta en línea ([www.spielwarenmesse-group.com](http://www.spielwarenmesse-group.com)).