

Doppelte Lizenzpower: BRANDmania und Licensing International Germany suchen die Besten der Branche

Fortsetzung einer erfolgreichen Zusammenarbeit: **BRANDmania** und **Licensing International Germany** starten mit den „Licensing Awards Germany 2026“ in die zweite Runde. Im Rahmen des Licensing Summit werden am 26. November in München erneut die besten Leistungen der Licensing-Branche ausgezeichnet. Eine der neun Kategorien ist der **BRANDbaby Award**. Er würdigt besondere Markenallianzen, die ihren Ursprung auf der BRANDmania haben – dem europäischen B2B-Festival für Kooperationen und Licensing.

Der erste BRANDbaby Award ging im letzten Jahr an Barbie x Condor. Auch 2026 werden außergewöhnliche Collaborations gesucht – von innovativen Produkten über kreative Konzepte bis hin zu aufmerksamkeitsstarken Aktivierungen. „Der BRANDbaby Award macht sichtbar, welches Potenzial in den Begegnungen auf der BRANDmania steckt. Wir wollen die Erfolgsgeschichten aus diesen besonderen Markenpartnerschaften auf die große Bühne bringen“, sagt Katrin Störr, Head of BRANDmania.

Die weiteren Kategorien lauten „Licensing Product of the Year“ (Hardlines/Softlines/FMCG/Publishing, Games & Location Based Entertainment), „Licensing Brand of the Year“ (Entertainment/Corporate & Lifestyle/Sports & Celebrity) sowie „Retail Loves Licensing Award“. Eine unabhängige Fachjury aus Branchenexpertinnen und -experten bewertet die Einreichungen nach Kriterien wie Innovation, Brand Fit, Aktivierung und messbarem Erfolg. Dazu Petra Strobl, Managing Director Licensing International Germany: „Mit den Licensing Awards Germany möchten wir die wirtschaftliche Bedeutung des Lizenzgeschäfts hervorheben, die Leistungen der Branche sichtbar machen, und erfolgreichen Projekten der Branche eine Bühne geben.“

Bis zum 15. Oktober können sich Interessierte [hier](#) für die Licensing Awards Germany 2026 bewerben. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Passendes Bildmaterial finden Sie hier: www.spielwarenmesse-group.com/media

31.8.2026 – sw

Spielwarenmesse Group

Vielseitig aufgestellt und international ausgerichtet: Die **Spielwarenmesse eG** vereint ihre kompletten Aktivitäten unter der Corporate Brand **Spielwarenmesse Group**. Zu den Highlights im Portfolio für die Spielwarenbranche und weitere Konsumgütermärkte zählen zwei Weltleitmessen: Die **Spielwarenmesse** in Nürnberg ist im B2B- und die **SPIEL** in Essen im B2C-Bereich international führend. Hinzu kommen die **BRANDmania** – Europas größtes B2B-Networking Festival für Lizenzen und Kooperationen in Essen – sowie das Messeprogramm **World of Toys by Spielwarenmesse**, das Herstellern mittels Gemeinschaftsbeteiligungen in **Hongkong, Tokio** und **New York** Eintritt in neue Märkte eröffnet. Dazu gehört ebenso die **Kids India** als eigene Veranstaltung in Mumbai. 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 übernehmen die Messemacher die Funktion branchenspezifischer Impulsgeber und Trendscouts. Das 60-köpfige Team agiert von der „ToyCity“ Nürnberg aus und wird durch Repräsentanten in über 100 Ländern unterstützt. Sowohl mit ihren Veranstaltungen als auch Online-Angeboten ist die Spielwarenmesse Group ganzjährig aktiv (www.spielwarenmesse-group.com).