

BRANDmate: Spannendes Programm mit neuem Handelsfokus

- Inspirierende Vorträge zu wegweisenden Themen
- Retail Day in Kooperation mit Licensing International Germany

Zukunft denken, Marken neu erleben, Kooperationen gestalten: Am 25. und 26. Juni versammelt die BRANDmate in der Grand Hall der Zeche Zollverein führende Köpfe aus der Lizenz-, Marken- und Handelswelt. Das vielseitige Programm aus Keynotes, Panels und Showcases bietet Raum für Austausch, Innovation und Inspiration. Ein Highlight ist der Retail Day am 26. Juni, der in Kooperation mit dem Branchenweltverband Licensing International Germany stattfindet. Mit exklusiven Vorträgen und Round Tables richtet sich das Format gezielt an Entscheiderinnen und Entscheider aus dem Handel – für neue Impulse, praxisnahe Insights und zukunftsweisende Lizenzstrategien.

Vielfältige Vorträge

Bereits am ersten Veranstaltungstag lädt das Bühnenprogramm unter dem Motto „BRANDS for future“ zu einem Blick über den Tellerrand ein: Themen wie Künstliche Intelligenz, Cultural Marketing, Co-Creation und neue Wege im Aktionsgeschäft zeigen das breite Spektrum aktueller Markenstrategien. Expertinnen und Experten geben praxisnahe Einblicke und liefern Impulse für ein innovatives und kollaboratives Arbeiten mit Lizenzen und Brands. So werfen u. a. Annie Reischmann (NEXT mdr) und Viktoria Rode (Rode Consulting) einen Blick auf die Herausforderungen und Chancen, die Künstliche Intelligenz für Marken und Unternehmen mit sich bringt. Inspiration, Markenkollaborationen neu zu denken, bietet der zweite Themenblock „BRANDS for mates“. Im Fokus stehen innovative Ansätze für Community-Building, die Ansprache von Subkulturen sowie die Weiterentwicklung klassischer Zielgruppenmodelle. So zeigt Bruno Kollhorst (Die Techniker) am Beispiel der Gaming-Kultur, wie Krankenkassen neue Zugänge zur jungen Zielgruppe finden können. In einem Panel diskutieren Annette Kunze (Banijay), Mikkel Robrahn (yvolve), Jonas Konrad (CE Community Edition) und Carol Rapp (Merz Verlag) die Rolle von Fandoms, Kidults und Sammlerkulturen. Ergänzend präsentiert Jessica Bühler (We Are Family) aktuelle Studienergebnisse zu Cultural Marketing.

Retail Day mit Weitblick

Impulse für den Handel von morgen – das verspricht der neue Retail Day auf der BRANDmate. Der exklusive Thementag – in Kooperation mit Licensing International Germany – richtet sich speziell an Händlerinnen und Händler aller Branchen und bietet ein vielfältiges Programm mit spannenden Vorträgen und exklusiven Experten Round Tables. Am Vormittag startet der Themenblock „BRANDS for retail“ in der Grand Hall der Zeche Zollverein – mit frischen Perspektiven, konkreten Erfolgsbeispielen und neuen Denkansätzen für den Handel. Ute Stauss, Managing Director von Licensing International Germany, eröffnet mit dem Vortrag „The Power of Licensing – Wie Markenlizenzen den Unterschied machen“ und liefert aktuelle Marktdaten als Fundament für die Diskussionen des Tages. Anschließend fordert Handelsberater Frank Rehme in seiner Keynote mehr „Mutausrüche“ im deutschsprachigen Handel. Die Marktforscher Lena Gabold und Luca Salehi (Appinio) zeigen anhand einer eigens für die BRANDmate in Auftrag gegebenen Studie die Erfolgsfaktoren für Lizenzen im Handel auf. Spannende Einblicke in das Thema Social Commerce gibt Jakob Neise (wyrld), der seinen brandneuen immersiven Social Retailstore vorstellt. Anschließend spricht Mogens Link Schmidt, Deutschlandchef der Erfolgskette Søstrene Grene, über den Wohlfühlfaktor im Handel unter dem Motto „Retail for the Senses“. Am Nachmittag startet die exklusive Round Table Session – zugänglich nur für angemeldete Handelsvertreterinnen und -vertreter mit gültigem Ticket. In vier jeweils 30-minütigen Workshop-Slots diskutieren Teilnehmende gemeinsam mit erfahrenen Branchenexpertinnen und -experten zentrale Themen des Handels. Dabei sind u.a. Prof. Dr. Carsten Kortum (DHBW – Duale Hochschule Baden-Württemberg) und Florian Berger (Donkey Products). Gemeinsam werden aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze beleuchtet, Best-Practice-Beispiele und kreative Geschäftsmodelle vorgestellt sowie die Wachstumschancen des Lizenzgeschäfts aufgezeigt.

Das vollständige Programm der BRANDmate sowie Informationen zur Anmeldung für die Round Tables am Retail Day finden Interessierte auf der offiziellen Webseite: www.brandmate.events.

Bildmaterial steht Ihnen unter www.spielwarenmesse-eg.de/media zur Verfügung.

28.04.2025 – le

Über die BRANDmate

Die BRANDmate ist ein B2B-Networking-Event rund um Markenkooperationen, Partnerships und Licensing mit dem Ziel, Unternehmen, Marken und potenzielle Kooperationspartner branchenübergreifend zusammenzubringen. Die nächste BRANDmate findet am 25. und 26. Juni 2025 in der Grand Hall der stillgelegten Zeche Zollverein in Essen statt. Verantwortlich für das Event ist die BRANDmate GmbH.

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 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 **BRANDmate**, 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-eg.de).