

## **Zum sechsten Mal erfolgreich: Der „Tag der Lizenzen“**

**Geballte Info rund ums Licensing-Geschäft und Networking in gediegenem Ambiente**

**Rund 600 Besucher nahmen in diesem Jahr am „Tag der Lizenzen“ teil, zu dem die LIMA GERMANY auch 2009 nach Köln eingeladen hatte. Namhafte Lizenzprofis stellten der Merchandising-Gemeinde ihre Themen vor. Am Rande der Veranstaltung wurde über Trends und Chancen diskutiert. Kurz vorm kalendarischen Frühlingsanfang zeigt die Branche, dass sie zuverlässig Knospen und Blüten treibt. Die Zeichen stehen auf Aufwind, die Stimmung ist gut. Frühlingshaft eben.**

„Es ist erfrischend zu beobachten, wie sich das Licensing entwickelt und mit welcher Kreativität die Akteure des Marktes ihre Ideen voranbringen“, sagt Thomas Gattermann, Idee + Spiel. Damit bringt er die positive Atmosphäre, die den „Tag der Lizenzen“ bestimmte, auf den Punkt. Hier ging es nicht um die aktuelle Schiefelage der Wirtschaft, sondern um Chancen am Markt. Gezielt will die Branche mit starken Marken und originellen Konzepten gegen das Jammertal ansteuern und dem Verbraucher positive Impulse liefern. Spaß und Unterhaltung in TV und Kino nämlich. Und schöne, hochwertige Produkte, die vielleicht nicht lebensnotwendig sind, die aber das Leben einfach schöner machen. Von dieser Lust lebt der Lizenzmarkt. Und diese Lust treibt ihn an. Das war in den insgesamt 26 Präsentationen von Lizenzgebern und Agenturen zu sehen und zu spüren, die einem hochkarätigen Publikum in den Kölner Rheinterrassen ihre stärksten Themen, ihre neuesten Kreationen und ihre erfolgreichsten Promotion- und Marketingkampagnen vorstellten. Sie lieferten damit geballte Informationen über den aktuellen Stand nationaler und internationaler Lizenzrechte aus den Bereichen Brands, Characters, TV, Kino, VIPs und Sport. Auf dieser Tagesreise durch die schillernde Themenwelt des Licensing zeigten Unternehmen wie Celebrities, Super RTL, CTM, m4e, g.l.a.m., MTV, TLC, Walt Disney, Warner Bros. ZDF Enterprises und DFL Sports Enterprises und viele andere Ihre Sport- und Brandthemen, Shooting-Stars des Licensing vom Preschoolbereich bis zum Erwachsenenmarkt. „Es ist immer wieder spannend, sich hier einen Überblick über die Vielfalt klassischer und top-aktueller Themen zu verschaffen und zu sehen, wie sich die Branche weiterentwickelt“, lobt Claude Schmit, Super RTL am Ende des Tages die Präsentationen. Olivier d'Agay, der die weltweite Vermarktung der Brand „Le Petit Prince“ (Der kleine Prinz) verantwortet, war positiv überrascht von den Informationsdichte. Charles Riotto, Präsident der LIMA, lobte die hohe Qualität der Fachbesucher.

„Besonders stolz sind wir darauf, dass sich der Branchen Jour fixe im Frühling auch beim Handel, Industrie und Rechteinhabern etabliert hat“, erklärt Heike Winner, Geschäftsführerin der LIMA Deutschland. „Viele hochkarätige Repräsentanten nutzen diesen Infotag, um sich einen Überblick über die Möglichkeiten des Lizenzgeschäfts zu verschaffen und Kontakte zu

Lizenzgebern und Agenturen zu knüpfen oder zu intensivieren. Einen wichtigen Beitrag dazu, dass das Branchenevent in einem angenehmen Rahmen stattfinden kann, haben wie immer die Sponsoren geleistet: Für die großzügige Unterstützung durch BIP /Holland, Copyright Promotions, Ehapa, Fipo Group, Foreign Media, MTV, Super RTL, TV Mania, United Labels, ZDF Enterprises sowie den Medienpartnern sei an dieser Stelle noch einmal ein herzliches Dankeschön“ so Heike Winner.

Nach getaner Arbeit ließen die LIMA-Mitglieder beim LIMA-Frühlingsfest – auch das hat mittlerweile Tradition – die Inspirationen des Tages noch einmal Revue passieren. Der für diesen Zweck bewährte Ort ist die Kölner Location Wolkenburg, die mit ihrem romantisch barocken Ambiente die perfekte Kulisse für einen stimmungsvollen Abend liefert. Das ideale Ambiente für kulinarische und lukullische Genüsse sowie intensive Gespräche und allerlei sonst.