



München

Messe: Von München in die ganze Welt

Willi Bock, vom 23.08.2012 16:26 Uhr



Die Messe München startet eine weltweite Imagekampagne. Foto:



Die Messe startet eine globale Imagekampagne – und kommt mit ihren Ausstellungen in Asien gut an

ANZEIGE

Ihr Testament

Wirken Sie in die Zukunft! Mit Ihrem Testament für
SOS-Kinderdorf
www.SOS-Kinderdorf.de/Testament

Google-Anzeigen

München - Die Münchner Messe ist zu einem weltweiten Akteur geworden. Rund um den Globus werden neue Kunden geworben. Und ebenso engagiert sich die Gesellschaft in Zukunftsregionen wie China und Indien. Die Konkurrenz im In- und Ausland ist groß. Deshalb geht die Messe jetzt mit einer weltweit gestreuten Markenkampagne in die Offensive.

„Unsere Messen ziehen jedes Jahr Millionen internationale Wirtschaftsentscheider an, und wir bieten unseren Kunden rund um den Globus eine herausragende Servicequalität“, sagt Messechef Klaus Dittrich: „Mit der Image-Kampagne bekräftigen wir unseren Anspruch als einer der weltweit führenden Messeveranstalter.“ Auf den Bildern prahlt die Messe auch mit Münchner Schönheiten. „Deutschlands grünste Messe“ steht auf einem Plakat. Auch wegen der Umwelt-Messen oder wegen des eigenen Solardachs.

Klar, dass auch das Alpenpanorama zu sehen sein muss. Oder die Wolkenkratzer in Shanghai mit dem Slogan: „Deutschlands globale Messe.“ China ist einer der Fokuspunkte für die Münchner geworden. In Shanghai boomt die bauma, und die Expo wird neu etabliert. Oder Mumbai: Dort wurde die erste bauma auf einem Acker veranstaltet. 40000 Quadratmeter Fläche waren geplant, 88000 wurden es dann. Für die nächste sind bereits 130000 Quadratmeter gebucht. Deshalb läuft die Kampagne in den strategischen Märkten China, Indien, Brasilien, Russland und Türkei. Realisiert hat die Kampagne die Agentur Bloom Project.