

Messe München International startet Kampagne



Freitag, den 24. August 2012 um 08:28 Uhr

f Gefällt mir 2



Kraftvoll und selbstbewusst – das ist die neue Markenkampagne der Messe München International. Die Anzeigen wirken durch starke Bilder und markante Schlagzeilen: Über dem Panorama von München und Alpen steht der Slogan „Deutschlands schönste Messeaussichten“, über einem in Wiesen gebetteten Messegelände „Deutschlands grünste Messe“ und über den Wolkenkratzern des Pudong- Viertels in Shanghai „Deutschlands globale Messe“ – China ist einer der Fokuspunkte der Messe München. In groß aufgezogene Schlagworte wie Competence, Environment und Welcome ist das „M“ aus dem Markenlogo integriert. Begriffe, die die Markenwerte des Unternehmens zitieren.

Mit der Kampagne schärft das Unternehmen das Profil seiner Dachmarke. Gleichzeitig wird diese künftig enger mit den einzelnen Veranstaltungen verknüpft. So umfasst beispielsweise auf Plakaten die Messe München International die Messemarken mit einer Logobühne unten und einem Logodach oben. „Damit erreichen wir, dass die Reputation beidseitig aufeinander abstrahlt und stärken gerade in den aufstrebenden Märkten noch einmal unseren erfolgreichen, internationalen Wachstumskurs“, erklärt Dirk Sturny, Leiter des Zentralbereichs Marketing und Kommunikation.

Die Anzeigen der Markenkampagne werden in reichweitenstarken Printmedien zu sehen sein. Dazu kommen Werbebanner. International läuft die Kampagne in den strategischen Fokuspunkten China, Indien, Brasilien, Russland und Türkei. Zusätzlich werden die Münchener mit Großflächenplakaten angesprochen.

Realisiert hat die Kampagne die Agentur Bloom Project. Creative Director Holger Wiesenfarth erläutert: „Es war eine spannende Aufgabe für uns, diese Markenkampagne zu entwickeln, vor allem, weil es sich dabei um einen langfristigen Ansatz handelt. Die zitierten Markenwerte und die darin integrierte Bildmarke geben ihr zudem einen eigenständigen und souveränen Auftritt.“

Der starke Auftritt der Dachmarke ist nach einem umfassenden Relaunch im Internet bereits erlebbar. Den Erlebnischarakter von Messen spiegelt dabei eine großflächige, emotionale und rollierende Bildsprache wider. Es geht jedoch um weit mehr als nur einen frischen Anstrich: Auf Basis von umfangreichen Marktanalysen und Besucherbefragungen wurden Front- und Backend, Inhalt und IT-Infrastruktur völlig neu gestaltet, Services und Benutzerfreundlichkeit zielen ganz auf die Bedürfnisse der Aussteller und Besucher. Der Webauftritt wird sukzessive ausgebaut. Nach der Dachmarken-Seite werden die Internetauftritte des ICM Internationales Congress Center München und des MOC Veranstaltungszentrum München überarbeitet, das gleiche gilt für die internationalen Tochtergesellschaften.