



DEUTSCHLANDS GLOBALE MESSE

Die Messe München International bietet Ihnen ein weltweites Netzwerk. Mit Tochtergesellschaften und Auslandsvertretungen auf allen fünf Kontinenten und regionalen Bureaus in den Weltmärkten von China, Indien oder Brasilien sind wir die internationale Plattform für Ihr Business.



CONNECTING GLOBAL COMPETENCE
MESSE MÜNCHEN I.D.

Foto: © Messe München

Messe München International startet neue Dachmarkenkampagne

veröffentlicht am 27.08.2012 um 14:00 Uhr · Unternehmen · Artikel

Mit einer neuen Markenkampagne will die **Messe München International** das Profil ihrer Dachmarke schärfen und sich als Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit positionieren. Die Anzeigen werden in Deutschland in reichweitenstarken Printmedien zu sehen sein, darunter "Der Spiegel", das "Manager-Magazin" und die "WirtschaftsWoche". Dazu kommen Werbebanner bei Handelsblatt Online. International läuft die Kampagne in den strategischen Fokusbereichen China, Indien, Brasilien, Russland und Türkei. Startschuss ist Mitte August. Zusätzlich gibt es Großflächenplakate in München.

Die Kampagne stellt selbstbewusst die internationale Bedeutung der Messe in den Vordergrund und verweist auch auf die Region München: Über dem Panorama von München 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". In Schlagworten wie "Competence", "Environment" und "Welcome", die für die Markenwerte der Messe stehen sollen, ist das "M" aus dem Markenlogo integriert. "Mit der Image-Kampagne bekräftigen wir unseren Anspruch als einer der weltweit führenden Messeveranstalter", sagt **Klaus Dittrich**, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München.



Foto: Messe München

Die Dachmarke soll künftig enger mit den einzelnen Veranstaltungen verknüpft werden. So gibt es auf Plakaten der 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. Realisiert hat die Kampagne die Agentur **Bloom Project**.

Auch der **Internet-Auftritt der Messe München** wurde grundlegend überarbeitet: Technik, Inhalte, Services und Bedienfreundlichkeit sollen sich mehr nach den Bedürfnissen der Aussteller und Besucher richten. Basis dafür sind Marktanalysen und Besucherbefragungen. Nach der Dachmarken-Seite werden die Internetauftritte des ICM Internationales Congress Center München, des MOC Veranstaltungszentrum München und der internationalen Tochtergesellschaften überarbeitet. Später ziehen die einzelnen Veranstaltungsmarken nach.

Die Messe München International ist mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien allein am Standort München einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Über 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher nehmen jährlich an den Veranstaltungen teil. Darüber hinaus veranstaltet die Messe München International Fachmessen in Asien, in Russland, im Mittleren Osten und in Südamerika. Mit sechs Tochtergesellschaften in Europa und Asien sowie über 60 Auslandsvertretungen, die mehr als 90 Länder betreuen, verfügt die Messe München International über ein weltweites Netzwerk.