

Innovation und Aufbruch: Messe Düsseldorf stellt neuen Markenauftritt vor

Neue Unternehmensmarke steht für Modernität und Kundenorientierung



Düsseldorf, 19. November 2024. Die Messe Düsseldorf, eine der weltweit erfolgreichsten Messegesellschaften, startet heute den Roll-out ihres neuen Markenauftritts. Das evolutionäre und einprägsame Erscheinungsbild basiert auf einer Neupositionierung der Unternehmensmarke. Frische Farbakzente und moderne Gestaltungselemente repräsentieren künftig noch stärker das Selbstverständnis der Messe als kundenorientierte und professionelle Plattform für unterschiedlichste Branchen.

Hinter dem neuen Corporate Design steckt die neue Leitidee der Messemacher: „For those who create tomorrow’s business“. Mit dieser selbstbewussten, zukunftsgerichteten Aussage positioniert sich das Unternehmen als engagierter und relevanter Partner und möchte so nachhaltig zum Erfolg seiner Kundinnen und Kunden beitragen. „Unser Portfolio umfasst über 20 internationale Leitmessen – wir wissen, was nötig ist, um Geschäft zu beflügeln“, sagt Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. „In einer sich wandelnden Wirtschaft ist es wichtiger denn je, Innovationen zu bündeln, Trends zu kuratieren und Menschen und Märkte zusammenzubringen. Wir richten uns neu aus, um das Erlebnis Messe Düsseldorf kontinuierlich weiterzuentwickeln und unseren Kundinnen und Kunden einen Marktplatz für langfristigen Erfolg zu bieten. Für diesen Anspruch steht unser Markenauftritt.“

Dynamische Gestaltung des neuen Corporate Designs

Mit dem neuen Corporate Design wurde das seit vielen Jahren etablierte Logo „m“ in Farbe und Schrift modernisiert. Als zentrales Designelement steht es nach wie vor im Fokus der visuellen Kommunikation. Auch die charakteristische Unternehmensfarbe Orange mit hohem Wiedererkennungswert bleibt weiterhin ein markanter Teil des Auftritts, wird aber durch die energiegeladene Zusatzfarbe Magenta und daraus resultierende Farbverläufe ergänzt. Das Ergebnis ist ein lebhafter, aufmerksamkeitsstarker und unverwechselbarer Markenauftritt, der Innovation und Aufbruch in die Zukunft symbolisiert und dabei stärker auf eine digitale Markenführung setzt.

„Wir haben den neuen Unternehmensauftritt in einem intensiven Prozess erarbeitet und sind stolz auf das Ergebnis. Unsere Marke ist ein starkes Statement: Sie steht für das, was uns ausmacht – unsere Innovationskraft, unseren partnerschaftlichen Anspruch und unser Versprechen, unseren Kundinnen und Kunden hervorragenden Service zu bieten“, betont Dr. Andrea Gränzdörffer, Leiterin der Unternehmenskommunikation der Messe Düsseldorf und verantwortlich für die Entwicklung des neuen Markenauftritts. Das neue Corporate Design werde in den nächsten 18 Monaten schrittweise über alle Touchpoints ausgerollt, alle Materialien, Schriftzüge an Gebäuden, das Logo im Stadtumfeld oder Werbemittel nach und nach ersetzt, so Dr. Gränzdörffer.

Umgesetzt wurde der Auftritt von der Kölner Agentur rheinfaktor, die dieses Jahr beim German Brand Award in der Disziplin „Excellence in Brand Strategy and Creation“ mit der höchsten Auszeichnung „Best of Best: Brand Strategy of the Year“ und als Gewinner für „Brand Design – Corporate Brand“ geehrt wurde.

Die Messe Düsseldorf Gruppe

Die Messe Düsseldorf zählt zu den erfolgreichsten Messegesellschaften weltweit. Auf ihrem 613.000 Quadratmeter großen Gelände finden rund 40 Fachmessen statt, darunter 20 Weltleit-messen. In den 18 Hallen kommen jährlich die internationalen Marktführer und Top-Entscheider unterschiedlicher Branchen zusammen, um Innovationen zu präsentieren und zu entdecken, sich auszutauschen und zu netzwerken. Zu den Kompetenzfeldern der Messe Düsseldorf zählen „Ma-schinen, Anlagen und Ausrüstungen“ inklusive Metallurgie- und Gießereitechnologie (u.a. drupa, K, interpack, glasstec, wire und Tube), „Handel, Handwerk und Dienstleistungen“ (EuroShop, EuroCIS, ProWein), „Gesundheit und Medizintechnik“ (MEDICA, COMPAMED, REHACARE, A+A), „Lifestyle und Beauty“ (BEAUTY, TOP HAIR), „Freizeit“ (boot, CARAVAN SALON) sowie „Mobi-lität“. Hinzu kommen jährlich zahlreiche Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress. Im Ausland richtet die Messe Düsseldorf mehr als 70 Veranstaltungen aus. 77 Auslandsvertretungen für 142 Länder – darunter sieben internationale Tochtergesellschaften – bilden das globale Netz der Unternehmensgruppe.

Medienkontakt:

Dr. Andrea Gränzdörffer

Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin

Tel.: +49 (0) 211/4560-555

Fax: +49 (0) 211/4560-87555

E-Mail: GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de