

Pressemitteilung

Erik Spiekermanns Designbüro UDN überarbeitet visuelles Erscheinungsbild der Messe Frankfurt

SpiekermannPartners

Friedrichstraße 126
10777 Berlin
T +49.30.2128080
F +49.30.21280810
info@spiekermannpartners.com

Berlin, 20. Dezember 2006 - Erik Spiekermanns Berliner Designbüro UDN | United Designers Network hat das Corporate Design der Messe Frankfurt, des zweitgrößten Messeunternehmens der Welt, modernisiert und weiterentwickelt. „Die Messe Frankfurt veranstaltet weltweit über 100 zum Teil sehr unterschiedliche Messen - jede mit eigenem Logo und eigenem visuellen Auftritt. Diese Vielfalt einzufangen, den Bezug zur Dachmarke zu stärken und gleichzeitig den Veranstaltungen einen größtmöglichen Gestaltungsspielraum zu belassen, das war eines der wesentlichen Ziele des Redesigns“, erklärt Erik Spiekermann.



www.spiekermannpartners.com

Die vier farbigen Quadrate, die seit rund 25 Jahren für die Messe Frankfurt stehen, zeigen auch nach dem Redesign die Spannweite der weltweiten Aktivitäten des Unternehmens auf, jedoch mit aufgefrischten Farben und einem überarbeiteten Schriftzug. Aus den Proportionen des Zeichens hat UDN auch das weiterentwickelte Layoutprinzip abgeleitet: Durch die spezifische Anordnung der Gestaltungselemente im Verhältnis fünf zu acht wurde eine unverwechselbare Charakteristik für das Corporate Design der Messe Frankfurt geschaffen. Sie ist die visuelle Klammer zwischen Unternehmensauftritt und den individuellen Produktauftritten - ohne in deren kommunikative Inhalte einzugreifen.

Eine eigene Hausschrift, die »Messe Univers«, unterstützt dieses Ziel. Aus ihr sind auch alle Veranstaltungsmarken gesetzt, die jetzt eine einheitliche Sprache sprechen. Die Tochtergesellschaften treten jetzt nach eindeutigen Gestaltungsprinzipien ausschließlich unter der Dachmarke Messe Frankfurt auf. Dies signalisiert klarer als bisher: Ein Unternehmen der Messe Frankfurt. „Das entscheidende an dem neuen Corporate Design ist weniger seine frische Modernität, sondern vielmehr die Betonung einer sichtbaren Einheit und Markenstärke“, betont auch Dr. Michael Peters, Mitglied der Geschäftsführung der Messe Frankfurt. „Nach Jahren des globalen Wachstums sind wir heute ein internationaler Konzern mit einer weltumspannenden Organisation und einem breiten Portfolio von Leitmesse, die in allen Teilen der Welt stattfinden. Das erneuerte Corporate Design soll angesichts der inzwischen erreichten Komplexität des Konzerns unsere Einheit und Identität stärker betonen und unsere geballte Markenkraft deutlicher zum Ausdruck bringen.“

Mit der Einführung des neuen Corporate Design wurde im Bereich Konsumgütermessen bereits begonnen. In den kommenden Monaten soll das neue Erscheinungsbild auch in allen weiteren Bereichen angewendet und innerhalb des nächsten Jahres endgültig umgesetzt sein. Das Corporate-Design-Portal www.cd.messefrankfurt.com, das zentrale Tool zur Implementierung des neuen Corporate Designs, ermöglicht dabei online einen direkten Zugriff auf alle Richtlinien und Vorlagen.

UDN | United Designers Network GmbH ist die Branding- und Designagentur von Erik Spiekermann. Erik Spiekermann ist Designer und Schriftentwerfer, Honorarprofessor an der HfK in Bremen, Ehrendoktor am Art Center College of Design in Pasadena/Kalifornien sowie Präsidiumsmitglied internationaler Designinstitutionen. Seine international agierende Designagentur mit Büros in Berlin, London und San Francisco arbeitet für Auftraggeber wie Bosch, Birkhäuser, RWE, Gravis, Pioneer Investments, Die Bahn und Lufthansa.

Pressekontakt: Achim Klapp | Tel. +49 (0)30 – 25 79 70 16 | E-Mail info@achimklapp.de