

PresseInfo

AUMA-Marketing pro Messe mit neuen Elementen

Die AUMA-Kampagne „Erfolg durch Messen“ startete in diesem März mit zusätzlichen neuen Elementen. Bis November 2014 werden Plakate mit Motiven der Messekampagne auf LKWs unterwegs sein. Ziel der Kampagne ist es, Nicht-Aussteller zur Teilnahme an Messen zu motivieren.

Weitere Kampagnen-Maßnahmen sind Großflächenplakate auf ICE-Fernbahnsteigen in Deutschland, Werbe-Banner auf Online-Portalen sowie GoogleAdWords. Zusätzlich schaltet der AUMA Textstopper-Anzeigen in überregionalen Tageszeitungen und in der Wirtschaftswoche.

Hauptzielgruppe der Kampagne sind Geschäftsführer und Marketing-Entscheider in kleinen und mittelständischen Unternehmen aller Branchen sowie Werbe- und Kommunikations-Agenturen als Multiplikatoren. Die Kampagne soll mögliche Informationsdefizite über den Nutzen von Messebeteiligungen abbauen. Die Kernbotschaft lautet: Messen führen zu Erfolgen, weil man Innovationen einem internationalen Fachpublikum präsentieren kann, weil Messen direkten persönlichen Kontakt ermöglichen und Messebesucher weit überwiegend Entscheider sind.

Die Motive der Kampagne zeigen das Wort Messe, das mit typischen Eigenschaften einer Messebeteiligung gleichgesetzt und durch Nutzen-Argumente pro Messe ergänzt wird. Motive sind „Erfolg“, „Kommunikation“, „Kunden“ und „Innovation“. Für weitere Informationen verweisen sie auf die Kampagnen-Website www.erfolgmessen.de, die seit diesem Jahr optimiert für die mobile Nutzung ist.

Pressekontakt: Harald Kötter, Telefon: 030 24000-140
Fax: 030 24000-340, E-Mail: h.koetter@auma.de