



Neuer Markenauftritt für die Grüne Woche

Beitrag

Marken- und Designagentur kleiner & bold entwickelt neuen Look für die Grüne Woche

Für ihre zukünftige Markenkommunikation stellt Deutschlands besucherstärkste Verbrauchermesse ein neues Logo und einen neuen Claim vor. „Jüngere Zielgruppe, neue Themenwelten, Digitalisierung auf allen Veranstaltungsebenen, ein ausgebauter Kongressbereich – die Grüne Woche bietet ein modernes und multimediales Messeerlebnis. Gleichzeitig blicken wir auf eine fast 100-jährige Historie. Die Geschichte und die Modernität zu vereinen sowie visuell zu übersetzen – darin lag die gestalterische Aufgabe für das neue Corporate Design“, so Lars Jaeger, Projektleiter Grüne Woche. Verantwortlich für den neuen Markenauftritt der Grünen Woche ist die Marken- und Designagentur kleiner & bold.

Nach 88 Jahren: Neue Ähr(a) für die Messe

Die traditionsreiche Ähre erscheint im neuen Look. In Form und Farbe wurde das Original-Logo von 1935 an die digitalen Herausforderungen angepasst. Die neue Kreation setzt auf starke Kontraste. Es bietet durch eine höhere Abstraktion mehr Raum für freie Assoziationen. Die zwei sich kreuzenden Linien können jetzt für die berühmte Ähre ebenso stehen wie für die Begriffe Entwicklung, Wachstum, Bewegung und Begegnung. Das neue Logo lässt sich gut multimedial einsetzen und funktioniert in Filmen, Social Media-Posts, kleinen Abbildungsgraden genauso gut wie auf bewegten oder unruhigen Hintergründen.

Neuer Claim steht für Internationalität und Innovation

Der neue Claim „The global hub for agribusiness“ unterstreicht die globale Bedeutung der Grünen Woche. Jedes Jahr kommen beispielsweise im Rahmen der agrarpolitischen Konferenz Global Forum for Food and Agriculture (GFFA) am Rande der Messe rund 70 Agrarminister:innen aus aller Welt sowie 2.000 Fachleute aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zusammen, um die Zukunft der internationalen Landwirtschaft auszuloten. 1.400 Aussteller aus 61 Ländern machten die Grüne Woche 2023 zum weltweiten Hotspot für alle Themen rund um Ernährung, Landwirtschaft und

Gartenbau.

Rund 300.000 Gäste kamen in diesem Jahr aufs Berliner Messegelände. Die nächste Grüne Woche findet vom 19. bis 28. Januar 2024 in Berlin statt.



Links altes Logo und rechts neues Logo der Grünen Woche

Über die Grüne Woche

Die Grüne Woche zählt bundesweit zu den traditionsreichsten Messen und zu den bekanntesten Veranstaltungen in Deutschland. Gegründet 1926 im Berlin der Goldenen Zwanziger, ist sie einzigartig als internationale Leitmesse für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau. Aussteller aus aller Welt präsentieren an zehn Veranstaltungstagen ein umfangreiches Produktangebot. Zudem gibt die GW aktuellen gesellschaftlichen Fragen wie Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft, Ressourcenschonung und nachhaltige Landnutzung eine Bühne. Vom 20. bis 29. Januar 2023 fand die 87. Ausgabe der Grünen Woche statt. Die GW ist Ausgangspunkt für das Global Forum for Food and Agriculture (kurz GFFA). Das GFFA ist die führende internationale Konferenz zu zentralen Zukunftsfragen der weltweiten Land- und Ernährungswirtschaft. Höhepunkt ist das Treffen von über 70 Agrarministerinnen und Ministern. Die nächste Grüne Woche findet vom 19. bis 28. Januar 2024 in Berlin statt.

Über die Messe Berlin

Seit 200 Jahren ist Berlin Messestandort, seit vielen Jahrzehnten einer der wichtigsten weltweit. Als landeseigene Messegesellschaft konzipiert, vermarktet und veranstaltet die Messe Berlin jedes Jahr hunderte Live-Events. Der Anspruch ist es, auf allen Veranstaltungen den Besucherinnen und Besuchern ein herausragender Gastgeber zu sein, bestmögliche Geschäftsimpulse zu geben und faire Bedingungen für jede und jeden zu gewährleisten. Dieses Selbstverständnis spiegelt sich im Unternehmensmotto: Messe Berlin – Hosting the World.



Kategorie

1. Grüne Woche Berlin

Schlagworte

1. Berlin
2. Grüne Woche