

Neues Gesicht für die IMA: Werbekampagne und Internetauftritt bringen frischen Wind ins Spiel

Frisch, frech und fruchtig: Mit ihrer neuen Werbekampagne unter dem Motto „Frisch-Obst für den Marktplatz der Branche“ setzt die IMA auf innovative Ideen für die Automatenwirtschaft. Die Internationale Fachmesse Unterhaltungs- und Warenautomaten, die vom 17. bis 20. Januar 2012 in Düsseldorf stattfindet, zeigt sich von ihrer spielerischen Seite – sowohl auf der neu gestalteten Internetseite als auch im werblichen Auftritt gegenüber Ausstellern und Besuchern. Kaffeetasche, Bowlingkugel, Spielautomat, Überwachungskamera, Kicker sowie verschiedene Früchte rotieren auf der IMA-Homepage www.ima-messe.com über den Bildschirm – so repräsentiert das neue Key-Visual gleichsam die Vielfältigkeit der Messe.

„Messen sind die Frischzellenkur für Märkte“, weiß IMA Event Director Petra Lassahn. „Unsere frische, offensive Messe-Kampagne sorgt in der Branche jetzt schon für sehr viel Aufmerksamkeit. Die Buchung der Messeflächen ist sehr viel versprechend angelaufen.“ Eben jene frischen Ideen, die die Branche selbst mit ihren innovativen Produkten und Dienstleistungen auf der IMA dem Fachpublikum präsentiert, macht die Messe zum unverzichtbaren Treffpunkt und Marktplatz der Branche. Nicht von ungefähr ist es unter IMA-Besuchern und Ausstellern ein ungeschriebenes Gesetz: „Bist du nicht auf der IMA, dann bist du einfach nicht dabei!“ Denn die Messe ist seit über 30 Jahren das Schaufenster der Automatenbranche – hier trifft man alle Entscheider am Markt.

