

Pressemitteilung

German Brand Award

productronica überzeugt mit Markenrevival und Corporate Brand Design

1. Juli 2026

- **Doppelerfolg beim German Brand Award 2026**
- **Markenrevival schärft Positionierung der Weltleitmesse**
- **Corporate Brand Design stärkt Wiedererkennbarkeit über alle Kanäle**

Die productronica erhält den German Brand Award 2026 in zwei Kategorien: „Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Revival of the Year“ sowie „Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Design – Corporate Brand“. Damit würdigt die unabhängige Fachjury die strategische Neuausrichtung einer etablierten Messemarke, die ihre Herkunft aufgreift und in einen zeitgemäßen Markenauftritt übersetzt.

Im Zentrum des ausgezeichneten Markenprojekts steht ein umfassendes Revival: Die productronica wurde in Positionierung, Markenauftritt, Design und Kommunikationssystem weiterentwickelt – mit dem Ziel, die Marke im Wettbewerbsumfeld der Messe-, Event- und Kommunikationsbranche klarer zu profilieren.

Der German Brand Award zählt zu den wichtigen Auszeichnungen für erfolgreiche Markenführung im deutschsprachigen Raum. In diesem Jahr bewertete eine 17-köpfige, unabhängige und interdisziplinär besetzte Jury insgesamt mehr als 1.600 Einreichungen aus 12 Nationen. Die Auszeichnung der Messe productronica unterstreicht damit nicht nur die kreative Qualität des

Messe München GmbH
Am Messesee 2
81829 München
Deutschland
messe-muenchen.de

Relaunchs, sondern auch die strategische Relevanz der Markenarbeit im Kontext eines sich wandelnden Messe- und Kommunikationsmarktes.

Markenrevival für Weltleitmesse

Die doppelte Prämierung beim German Brand Award 2026 bestätigt den Anspruch der productronica, Markenführung konsequent aus der Strategie heraus zu entwickeln. Der Award zeichnet Marken, Unternehmen und Projekte aus, die mit ihrer Markenarbeit Orientierung geben, Differenzierung schaffen und neue Standards setzen. Für die productronica ist die Auszeichnung ein wichtiger Meilenstein in einem mehrstufigen Transformationsprozess, der Strategie, Design und Kommunikation eng miteinander verbindet.

Ausgangspunkt des Projekts war die Frage, wie die productronica ihre historische Stärke, ihre Relevanz für die Branche und ihre Rolle als Plattform für Austausch, Innovation und Geschäft neu aufladen kann. Das Markenrevival setzt genau hier an: Es schärft den Kern der Marke, macht ihre Funktion im Markt deutlicher und übersetzt sie in eine kommunikative Leitidee, die intern wie extern Orientierung gibt. Die Entscheidung der Jury lautet: „Eine Leitmesse mit fünf Jahrzehnten Geschichte neu zu fassen, ohne ihre Herkunft zu verwischen, verlangt präzise Markenarbeit. Der Relaunch stärkt den Kern der Marke mit einem aus der Branche hergeleiteten Formprinzip: Aus dem weiterentwickelten P, dem isometrischen Raster und der dreidimensionalen Markenwelt entsteht ein belastbares System für Räume, Medien und internationale Ausgaben. Die Erneuerung bleibt erkennbar in der Tradition verankert und gibt der Marke zugleich eine zeitgemäße Rolle als ordnende Plattform eines komplexen Feldes.“

„Diese Auszeichnung ist für uns ein starkes Signal: die productronica ist nicht nur ein Veranstaltungsformat, sondern eine Marke mit Haltung, Relevanz und Zukunft. Mit dem Revival haben wir unsere Herkunft bewusst aufgenommen und zugleich ein neues Kapitel aufgeschlagen – klarer in der Positionierung, mutiger im Auftritt und näher an den Bedürfnissen unserer Zielgruppen“, betont Nicole Hagenbring, Director Product Marketing & Communications bei der Messe München.

An diesen Anspruch knüpft auch die Projektleitung der productronica an. Für sie zeigt die Auszeichnung, dass der Markenprozess die Rolle der Weltleitmesse im Markt geschärft und ihre Stärken zeitgemäß übersetzt hat. Barbara Müller, Exhibition Director productronica, freut sich über die Würdigung: „Der German Brand Award macht uns stolz, weil er zeigt, wie viel Kraft in der productronica steckt. Wir haben eine Marke weiterentwickelt, die Menschen, Märkte und Innovationen verbindet – und deren Zukunft wir mit großer Leidenschaft gestalten. Ein besonderer Dank gilt Anders Wirenstrand, der mit großem Einsatz und Kreativität das neue Design gemeinsam mit seinem Team entworfen hat.“

Corporate Design mit Systemcharakter

Das neue Corporate Brand Design macht die strategische Neuausrichtung sichtbar. Die Jury beschreibt die visuelle Identität wie folgt: „Ein neues Logo, basierend auf dem isometrischen Grid, übersetzt den Kern der Branche in ein visuelles Prinzip – viele Teile kommen zusammen und schaffen etwas Großes. Die „Machine World“ als dreidimensionale Markenwelt, eine duale Bildsprache, animierte Key Visuals und ein durchgängiges Designsystem für alle Kanäle und Kontinente bilden einen Markenauftritt, der den Führungsanspruch der productronica sichtbar macht. Daraus entsteht ein System, das sowohl in klassischen Messemedien als auch in digitalen Kanälen, Social Media, Bewegtbild, Orientierungssystemen und Live-Kommunikation funktioniert.

Damit wird das Design nicht als Oberfläche verstanden, sondern als verbindendes Betriebssystem der Marke: Es schafft Wiedererkennbarkeit, erleichtert die konsistente Umsetzung über alle Touchpoints und gibt der Marke eine visuelle Sprache, die Fachpublikum, Aussteller, Partner und Medien gleichermaßen adressiert.

„Starke Marken entstehen, wenn Agentur und Kunde auf Augenhöhe zusammenarbeiten – und wenn beide Seiten den Mut haben, groß zu denken. Die Messe München hatte diesen Mut, und wir sind stolz, diesen Weg gemeinsam gegangen zu sein. Die Auszeichnung beim German Brand Award ist eine

| 1. Juli 2026 | 4/4

Bestätigung für das gesamte Team, zeigt sich Joel Flammann, Country Manager Merkle Germany and Client Partner Merkle DACH, begeistert.

Der German Brand Award wird vom German Design Council vergeben und zeichnet herausragende Markenführung aus. Die Bewertung erfolgt durch eine unabhängige, interdisziplinär besetzte Fachjury mit Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Beratung, Dienstleistung und Agenturen. Zu den Bewertungskriterien zählen unter anderem Originalität, Differenzierung, Zielgruppenrelevanz, Konsistenz der Markenführung, Designqualität, Innovationsgrad, Zukunftspotenzial und wirtschaftliche Wirkung.

[productronica.com](https://www.productronica.com)

productronica

Die productronica ist die Weltleitmesse für Entwicklung und Fertigung von Elektronik und wird ideell und fachlich von der Fachabteilung Productronic im VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau) getragen. Die Messe findet seit 1975 alle zwei Jahre in München statt; die nächste productronica von 16. bis 19. November 2027. Neben der productronica organisiert die Messe München die productronica China sowie die productronica India

Messe München

Als einer der bedeutendsten Messeveranstalter der Welt zeigt die Messe München auf ihren weltweit rund 90 Fachmessen die Welt von morgen. Darunter sind zwölf Weltleitmessen wie bauma, BAU, IFAT oder electronica. Das Portfolio umfasst Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter ebenso wie für neue Technologien. Zusammen mit ihren 1.300 Mitarbeitenden im Konzern und den Beteiligungsgesellschaften organisiert sie Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Südafrika, Türkei, Singapur, Vietnam, Hongkong, Thailand und den USA. Mit einem internationalen Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen ist die Messe München weltweit aktiv. Die jährlich mehr als 150 Veranstaltungen ziehen im In- und Ausland rund 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an. Damit ist die Messe München ein wichtiger Wirtschaftsmotor, der Kaufkrafteffekte in Milliardenhöhe auslöst.

Mit den LOCATIONS DER MESSE MÜNCHEN bietet sie vielfältige Räume für unterschiedlichste Veranstaltungen: Das sind das Messegelände, das ICM – International Congress Center Messe München, das CCN – Conference Center North und das MOC – Event Center Messe München in München-Freimann.