

Pressemitteilung

Neuer Markenauftritt überzeugt: die ceramitec gewinnt einen Red Dot Award

18. November 2025

Sabine Wagner
PR Manager
Tel. +49 89 949-20802
Fax +49 89 949 97-20802
sabine.wagner@messe-muenchen.de
messe-muenchen.de
Messe München GmbH
Am Messesee 2
81829 München
Deutschland
messe-muenchen.de

Neues Design, klare Botschaft: Wenn die ceramitec vom 24. bis 26. März 2026 auf dem Messegelände in München ihre Tore öffnet, präsentiert sie sich mit einem prämierten Markenauftritt. Für ihre im Jahr 2024 neu entwickelte Markenstrategie erhielt die internationale Leitmesse für die Keramikindustrie den Red Dot Award – ein Beleg für den gelungenen Brückenschlag zwischen Tradition und Moderne.

Markenstrategie mit Weitblick

Die neue Markenidentität der ceramitec rückt den Werkstoff Keramik in den Mittelpunkt und verdeutlicht dessen zentrale Rolle in zahlreichen Zukunftsindustrien. Als einzige Messe weltweit deckt sie das gesamte Spektrum ab: von klassischer Keramik über Feuerfesttechnik bis hin zu Hochleistungskeramik. Mit ihrer Weiterentwicklung zielt die Messe darauf ab, neben der etablierten Keramikbranche verstärkt Anwenderindustrien wie den Maschinenbau, die Medizintechnik, die Automobilindustrie, die Luft- und Raumfahrt, die Elektronikindustrie, die Branche der erneuerbaren Energien und die Konsumgüterindustrie anzusprechen.

Neuer Auftritt, neue Perspektiven

„Durch diese Markenstrategie erfährt die ceramitec eine Neuausrichtung, mit der wir gezielt neue Anwenderindustrien erschließen und zugleich für den Nachwuchs attraktiver werden möchten. Dabei rückt der Werkstoff Keramik mit all seinen Möglichkeiten klar in den Mittelpunkt“, sagt Maritta Lepp, Exhibition Director der ceramitec.



Dass dieser Ansatz den Nerv der Branche trifft, zeigt die positive Resonanz aus Industrie und Wirtschaft. Ulf Frohneberg, STEULER-KCH GmbH, betont: „Die Auszeichnung mit dem Red Dot Award unterstreicht, dass die ceramitec den richtigen Weg geht: klassisches Know-how trifft auf progressive Inszenierung. So wird die Keramik- und Feuerfestbranche nicht nur innovativ präsentiert, sondern auch für den Nachwuchs attraktiv.“

Dr. Alexander Risch, COO Nabaltec AG, ergänzt: „Die mit dem Red Dot Award prämierte Marketingstrategie zeigt, dass Innovation und Tradition Hand in Hand gehen können. Die ceramitec setzt damit ein starkes Zeichen für die ganze Branche: Klassische Keramik trifft mutig auf neue, innovative Anwendungen.“

Und Norbert Gall, Head of Marketing & PR bei der Lithoz GmbH, bringt es auf den Punkt: „Der Gewinn des Red Dot Award für die neue Markenstrategie der ceramitec bedeutet für uns viel mehr als nur das Ergebnis konsequenten Brandings und Markenentwicklung. Vielmehr übersetzt das neue Erscheinungsbild Innovationskraft und Charakter der Keramik perfekt in das digitale Kommunikationszeitalter. Mit diesem ausgezeichneten Markenauftritt wird die Messe München die ceramitec nicht nur nachhaltig als weltweit führende Industriemesse für Keramik positionieren, sondern auch wichtige neue Besucherzielgruppen erobern.“

Weitere Informationen zur ceramitec unter <http://ceramitec.com>

ceramitec

Die ceramitec ist die einzige Messe weltweit, die den Hochleistungswerkstoff Keramik in seiner gesamten Bandbreite – von der Rohstoffgewinnung bis zur Anwendung in Hightech-Branchen – umfassend erlebbar macht. Mit ihrer neuen Positionierung schlägt sie die Brücke zwischen Tradition und Innovation. Unter dem Motto „A high-performance material like no other. Discover ceramics.“ macht die ceramitec die gesellschaftliche und industrielle Relevanz von Keramik sichtbar. Die nächste ceramitec findet vom 24. bis 26. März, 2026 auf dem Messegelände der Messe München statt.

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.