



# AMI 2012

## Gesamtetat

**www.MinneMedia.de**

Schönbachstraße 10  
04299 **Leipzig**  
Tel. 0341 8780182  
Fax 0341 8780183  
leipzig@minnemedi.de

Kaitzer Straße 97  
01187 **Dresden**  
Tel. 0351 4118043  
Fax 0351 4118053  
dresden@minnemedi.de

# No 1

## Neuer Auftritt für die AMI 2012

Die AMI 2012 positioniert sich neu. Im jährlichen Wechsel mit der IAA in Frankfurt ist sie in den geraden Jahren Deutschlands größte und wichtigste Automesse. Diese Position gilt es, bei Ausstellern und Publikum zu verankern.

MinneMedia als Leadagentur für die Messefamilie AMI, AMITEC, AMICOM und AMISTYLE 2012 entwickelt eine typografische Spielerei, die den Betrachter in den drei großen Buchstaben „AMI“ die Transponierung „AM1“ erkennen lässt, die „**Auto-Messe Nr. 1**“ im Jahr 2012.

Der dafür neu gestaltete Look in kühl **raffinierter Collagen-Ästhetik** transportiert das neue Selbstbewusstsein der **führenden deutschen Automesse** in den geraden Jahren. Ein wichtiger Teil dieses neuen Corporate Designs bilden die überarbeiteten Logos der einzelnen Messen.





Zentrales Element im Design bildet die Typo AMI/AM1. Die Collage im Hintergrund dient als atmosphärischer Schmuck. Verschiedene Auto-Aspekte werden zu einer Collage verwoben, die auf den ersten Blick eine Auto-Kontur vermittelt, auf den zweiten Blick aber durch kalkulierte Dissonanzen zur Auseinandersetzung mit dem Motiv anregen.



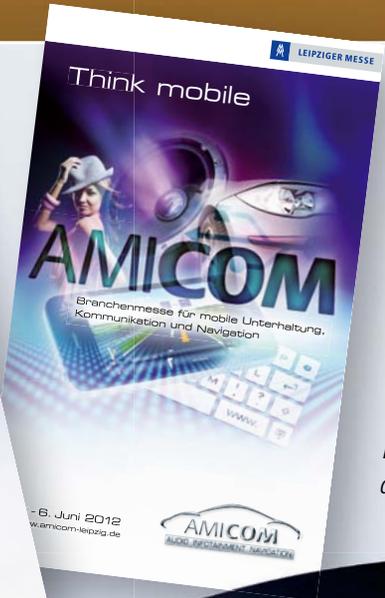
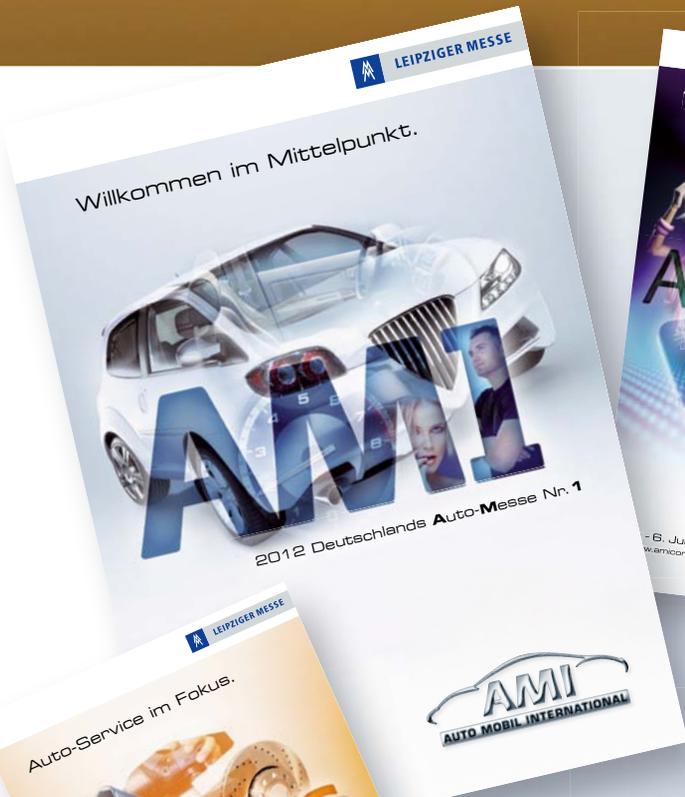
Die AMI als Dienstleister der Auto-industrie greift den Trend von Automarken auf, Logos immer realistischer, plastischer und haptischer zu gestalten.



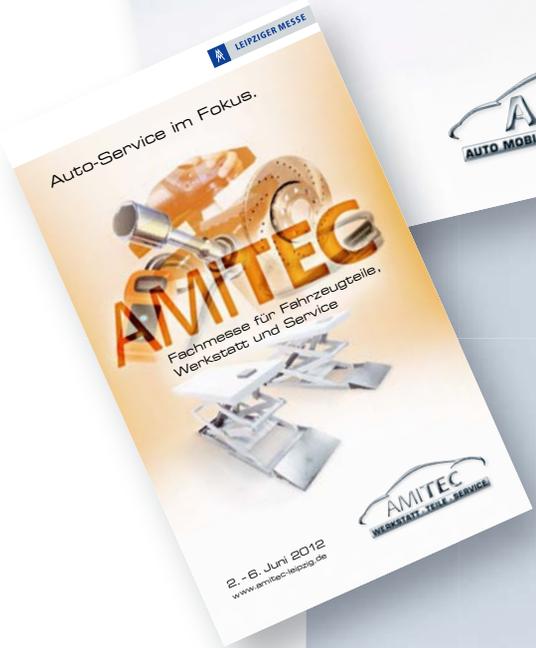
Die **neuen Logos der AMI-Familie** zeichnen einerseits eine starke Wiedererkennbarkeit aus, wandeln sich andererseits vom grafisch flächigen Logo hin zur haptisch emotionalen Chrom-Marke. Das schafft eine neue Erlebbarkeit, eine „Anfassbarkeit“ der Marken. Starke Lichtreflexe vermitteln den Scheinwerfer-Charakter, der so typisch ist für Autobranche und Automesse.



Die Typografie wurde dem modernen Zeitgeist angepasst, strenge konstruktivistische Buchstaben wurden abgelöst durch dynamisch anmutende, die für Emotion und Mobilität stehen.



Die Ausstellerfolder der AMI-Familie



Für die AMI als Werbeträger unterwegs – das 3 m breite Display



# Die Aussteller Kommunikation



## Willkommen im Mittelpunkt der Auto-Welt

Zentrales Element in der Aussteller-Kommunikation sind die Aussteller-Folder. Der neue Collagen-Look wird themenbezogen auf den Doppelseiten variiert, gewürzt mit frischen Texten auf viel Weiß, fortlaufenden Ausstellertipps und einer raffinierten Drucklack-Veredelung. Zitat eines Ausstellers: „Ich muss den „Machern“ dieser Broschüre gratulieren, wenn man die in Ruhe liest, muss man nach Leipzig kommen ...“

Die Aussteller-Folder der beiden Schwester-Messen AMICOM und AMITEC wurden ebenfalls gestaltet von MinneMedia. Die individuellen Besonderheiten der jeweiligen Messen werden in den Foldern besonders hervorgehoben, ohne die Familienzugehörigkeit dabei zu vernachlässigen. Auch hier freuen wir uns über das Feedback eines Ausstellers: „Ich möchte an dieser Stelle ein großes Lob für die meiner Meinung nach sehr gelungene AMICOM-Broschüre aussprechen. Sehr hochwertig, ansprechend und informativ.“

### Print-Anzeigen

Ob in schmalem Hochformat oder besonders quer – 87 verschiedene Medien informieren in 87 verschiedenen Formaten über die AMI und ihre Schwestermessen.



# Die Public Kampagne

Die Hüllen fallen in Leipzig  
2012 Deutschlands **Auto-Messe Nr. 1**

Im Messe-Dreier vom 2.-8. Juni mit:  
**AMITEC** - Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service, und  
**AMICOM** - Branchenmesse für mobile Unterhaltung, Kommunikation und Navigation.

2. - 10. Juni 2012  
[www.ami-leipzig.de](http://www.ami-leipzig.de)

AMI  
AUTO MOBIL INTERNATIONAL

## Die Hüllen fallen in 18/1-Größe

Die AMI kommt. Zum Beispiel ins Straßenbild:  
CityLight-Poster, CityLightBoards, Groß-  
plakate sowie Zaunplakate künden vom  
automobilen Groß-Ereignis.



Hochprozentige  
Aufmerksamkeit für  
Deutschlands größte  
Automesse mit dem  
AMI-Bierdeckel

JCDecaux



**Kneipenkarten**

Im Schutz der politisch korrekten Hauptkampagne kann man hier mal etwas „aufmüpfiger“ um das Kampagnenthema kreisen und dabei kneipen-affine Assoziationen rund um Gastronomie und Zweisamkeit einweben.

Die Karten positionieren die AMI und die AMICOM als ein großes mehrtägiges Event, welches man unbedingt erlebt haben muss, vergleichbar z.B. mit Rockfestivals.



**Lust machen auf Deutschlands automobilste Messe-Familie**

Mit dem Besucherflyer in Millionenauflage machen wir den Autofans den Mund wässrig. Der Flyer ist als Wende-Flyer konzipiert: Von der einen Seite zeigt er sich als AMI-Flyer, von der anderen Seite angefangen präsentiert er sich als AMICOM-Flyer.





**MinneMedia**

Agentur für Werbung  
und Kommunikation GmbH

Schönbachstraße 10  
04299 **Leipzig**

Tel. 0341 8780182

Fax 0341 8780183

leipzig@minnemedi.de

Kaitzer Straße 97  
01187 **Dresden**

Tel. 0351 4118043

Fax 0351 4118053

dresden@minnemedi.de

**www.MinneMedia.de**