

PRESSEINFORMATION

BeSt-Messe erhält volles ReBranding

Kreativagentur die Goldkinder übernimmt die Entwicklung des neuen Corporate Designs, Kampagnenumsetzung, Digitalstrategie und Social Media Betreuung für Österreichs größte Bildungsmesse.

Wien | Die größte Bildungsmesse Österreichs BeSt erstrahlt heuer in neuem Glanz. Bei der Neugestaltung der seit 1986 in Österreich etablierten Marke setzte das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung in Kooperation mit dem Arbeitsmarktservice Österreich auf die Wiener Kreativagentur die Goldkinder. „Die Bildungsmesse BeSt steht für Beruf, Studium und Weiterbildung sowie die damit verbundene ständige Weiterentwicklung, Veränderung und neue Chancen. Mit dem von den Goldkindern entwickelten Redesign wollen wir die Marke modernisieren und für unsere Zielgruppen noch attraktiver machen“, sagt Nedelina Wagner vom BMBWF. Die Goldkinder übernahmen neben der Neuentwicklung des kompletten Corporate Designs ebenfalls auch die Entwicklung und Umsetzung der Kampagne, die digitale Strategie sowie die Social Media Betreuung. Die Kommunikation der Marke wird ab sofort ununterbrochen während des gesamten Jahres fortgeführt und umfasst ebenfalls das Stadthallenbranding innen & außen, Infokojen, Fahnen, Give Aways, Informationsmaterial sowie eine umfassende OOH Plakatkampagne vor und während der Messe zu Anfang März. Laut Nedelina Wagner war die Messe nicht nur bei den über 350 Ausstellenden ein voller Erfolg, sondern auch bei den über 60.000 an ihrer Aus- und Weiterbildung interessierten Besucher:innen.

Vielfalt bekommt eine neue Dimension

Neben der OOH Plakatkampagne umfasst die visuelle Neuausrichtung auch die digitale Adaption des Markenlooks sowie aller Sujets für Instagram, Facebook, Youtube und X. „Bei dem neu entwickelten Corporate Designs lag der Fokus sehr stark darauf, dass die Inhalte der Corporate Identity an unsere digital affinen Kundinnen und Kunden transportiert werden“, sagt Nedelina Wagner vom BMBWF über die operative Umsetzung. Laut Goldkinder Art Direktorin Doris Lehman kam bei dem entwickelten Design eine „eigene Formsprache mit Ecken und Kanten in Kombination mit unterschiedlichen Schriftschnitten zum Einsatz. Hiermit soll einerseits die Vielfalt des Angebots der BeSt aber auch die vielen Facetten ihrer individuell unterschiedlichen Kund:innen widerspiegelt werden“. Bei dem neuen Look setzt das Goldkinder-Team unter anderem auf die Farbe Gelb und rechteckige Flächen, um den Kernbotschaften eine eigene Bühne zu geben und diese noch besser hervorzuheben. Dreiecke werden zu Pfeilen, die den Aufstieg skizzieren und Buchstaben bekommen unterschiedliche Schriftschnitte. Vielfalt wird sichtbar und bekommt eine neue Dimension. „Die BeSt beweist mit ihrem visuellen und kommunikativen Neuauftritt, dass der perfekte Zeitpunkt, sich neu zu erfinden, immer jetzt ist“, sagt Doris Lehman, Art Direktorin bei den Goldkindern, abschließend.

Mehr Informationen unter diegoldkinder.at und bestinfo.at

IN <https://www.instagram.com/bestmesse/>

FB <https://www.facebook.com/bestinfo.at>

X https://twitter.com/bestinfo_at

YT <https://www.youtube.com/user/BeStinfoMesse>

Kunde: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung in Kooperation mit dem Arbeitsmarktservice Österreich

Art Direktorin: Doris Lehmann, die Goldkinder
Kreativgeschäftsführer: Michael Stebegg, die Goldkinder
Kundenberatung: Annett Ackermann, die Goldkinder



skyrocketX
media relations

YOUR VISION IS OUR MISSION.

Agenturen / Marketing / Kampagnen
Wien am Donnerstag, 11. April 2024

Über die Goldkinder

Die Goldkinder Wien sind eine eigentümergeführte Kreativagentur mit Schwerpunkt Neue Medien. Seit 2007 betreuen sie namhafte österreichische- und internationale Marken sowie Großunternehmen. Das rund 15-köpfige Kreativteam deckt mit seinem Know-how das gesamte Leistungsspektrum der Kommunikation ab – von Full-Service-Kreation, digitalem Know-how bis zum strategischen Lead. Die Goldkinder gestalten umfassende Kommunikationsstrategien für unter anderem Vöslauer Mineralwasser, das BMBWF, Felix Austria, Knusperli, Thermalbad Vöslau oder Eckes Granini – „YO Fruchtsirup“. Mit ihren zahlreichen Auszeichnungen, darunter der iab WebAd, CCA-Venus, der Deutsche Preis für Onlinekommunikation sowie der Deutsche PR-Preis, zählen die Goldkinder zu den vielfach prämierten Kreativagenturen des Landes.

Weitere Informationen auf <https://www.diegoldkinder.at>

Credits/Copyright Bildmaterial

Credits für das Imagevideo und begleitendes Videomaterial zur SOM-Kampagne: Branding Emotions/Sebastian Judtmann.

Credits für Fotos: Die Goldkinder/Katja Claus

Abdruck im Rahmen ihrer Berichterstattung honorarfrei (zeitlich unbeschränkt)

Rückfragehinweis (Presseinformation)

Mag. Karol Walter Nuhn

skyrocketX | media relations e.U.

+43 650 525 42 12

karol@skyrocketx.com

www.skyrocketx.com