

13. January 2011

Die Messe Berlin sucht Agenturen für die Betreuung ihrer Mediaetats

– Noch bis zum 31. Januar, 12 Uhr, läuft die Bewerbungsfrist für die europaweite Ausschreibung der Messe Berlin, die Agenturen für die Mediaplanung, -abwicklung und –kontrolle ihrer Veranstaltungen ab 2012 sucht. Die Mediaetats der Messen wurden in zwei Gruppen aufgeteilt: nach zumeist international positionierten Fachmessen sowie nach regional orientierten Publikumsmessen. Für jede Gruppe wird eine betreuende Agentur gesucht.

Damit wird den unterschiedlichen Anforderungen im Mediageschäft Rechnung getragen. Bei den großen Fachmessen geht es in der Regel um internationale Kompetenz und ein zuverlässiges Netzwerk, bei den eher für Berlin und Brandenburg bedeutenden Publikumsmessen kommt es auf genaue Kenntnisse des lokal-regionalen Medienmarktes in allen Mediagattungen an.

Aus diesem Grund richtet sich die Ausschreibung nicht nur an die klassischen Mediaagenturen, sondern auch an Kreativagenturen, die mit einer Mediaabteilung ausgestattet sind oder in enger Partnerschaft mit einer Mediaagentur zusammenarbeiten und sich in der Berlin-Brandenburger Medienlandschaft sehr gut auskennen.

Die ausgeschriebenen Spendings schwanken messeturnusbedingt zwischen 1,1 und 1,4 Mio. Euro im Bereich der Publikumsmessen und zwischen 1,5 und 1,9 Mio. Euro im Bereich der Fachmessen. Die Messe Berlin strebt eine mehrjährige Zusammenarbeit an. Die Ausschreibungsunterlagen sind auf der Website der Messe Berlin (www.messe-berlin.de unter Unternehmen-Beschaffung) und im EU-Amtsblatt online veröffentlicht.