



MediaBudget – Plattform für effizientes Marketing gibt Antworten und liefert Rezepte gegen die Krise

*Fachmesse und Kongress für effiziente Marketing-Kommunikation etabliert
sich zum Treffpunkt für Mediaentscheider und Marketingverantwortliche.*



Nachdem die Finanzmarktkrise inzwischen auch in andere Branchen übergeschwappt ist, fallen Marketingbudgets immer öfter dem Rotstift zum Opfer. Gleichzeitig werden Agenturen von ihren Kunden stärker in die Pflicht genommen und müssen immer öfter die Effizienz ihrer Mediapläne unter Beweis stellen. Umso wichtiger ist in diesen schwierigen Zeiten die MediaBudget – Fachmesse und Forum für effiziente Marketing-Kommunikation. Die Fachmesse findet vom 8. bis 9. Juli zum zweiten Mal auf der Neuen Messe Stuttgart statt und vermittelt wertvolles Wissen rund um die verschiedenen Mediagattungen sowie deren Leistungen. Bereits die Premiere im letzten Jahr hat bewiesen, dass wir mit der MediaBudget und ihrem echten crossmedialen Ansatz eine Lücke bei den Marketingmessen in



ULRICH KROMER,
Geschäftsführer
Landesmesse Stuttgart GmbH.

Deutschland schließen. Die Verantwortlichen aus Agenturen, Entscheider aus werbungstreibenden Unternehmen und namhafte Aussteller aus den wichtigsten Mediagattungen sowie Vermarkter haben sich in Stuttgart ausgetauscht und waren von dem neuen Messekonzept begeistert. Hier können sie aussagefähige Crossmedia-Vergleiche unter einem Dach ziehen und sich mit bekannten Experten austauschen. Der Anmeldestand der diesjährigen MediaBudget ist gut, darum erwarten wir mit unseren Partnern bei der zweiten Auflage mit rund 110 Unternehmen ein deutliches Aussteller-Plus. Klangvolle Namen wie zum Beispiel Nielsen Media Research GmbH, die Deutsche Post AG, Schober Group, Vogel Business Media oder der Media-Daten-Verlag haben ihre Standflächen bereits reserviert. Andere Marktführer aus verschiedenen Mediagattungen haben ebenfalls bereits Interesse bekundet und sind in der Planung.

Gegen die Wolken am Marketing-Himmel: Namhafte Experten und hochkarätige Vorträge sowie Workshops bieten echten Nutzen

Erstes Highlight der MediaBudget ist die Messeeröffnung, die bereits bei der Erstveranstaltung ein Publikumsmagnet war. In diesem Jahr diskutieren namhafte Experten mit dem Moderator Dr. Jochen Kalka, Chefredakteur der Fachzeitschrift *W&V*, in der Elefantenrunde zum Thema „5 vor 12: Werbespending in Krisenzeiten“. Zugesagt haben für diese Diskussion bereits Béla Anda (AWD Holding), Christian Schmalzl

Fotos: Messe Stuttgart

(MediaCom), Fritz Raff (ARD/Saarländischer Rundfunk), Matthias Ehrlich (United Internet), Stefan Rühling (Vogel Business Media) und Philipp Welte (Burda). Weitere Top-Entscheider aus Agenturen und Industrie sind angefragt.

Hochkarätig ist auch der Kongress am ersten Tag der MediaBudget besetzt. Er stellt mit bekannten Media-Verantwortlichen aus Agenturen und Unternehmen die Möglichkeiten von „Werbeplanung und Spendings in der Rezession“ vor und gliedert sich anschließend am Nachmittag in vier Bereiche: „B-to-B“, „Klassik“, „Trends“ und „Research“. Experten wie zum Beispiel Martin Krapf (IP Deutschland), Sven Holsten

An beiden Tagen der MediaBudget werden cross-mediale Vergleiche der unterschiedlichen Mediaangebote auch im W&V-Forum und im Media-Daten-Forum gezogen. Bekannte Experten und Spezialisten stellen die Vorteile der wichtigsten Mediagattungen auf diesen Plattformen vor, diskutieren mit den Fachbesuchern verschiedene Aspekte der Mediaplanung und stellen die Zukunftsaussichten der unterschiedlichen Werbeträger vor. Als Eröffnungsredner für den zweiten Veranstaltungstag ist Giovanni di Lorenzo (*Die Zeit*) als Key-Note-Redner angefragt.

Positive Stimmung der Premiere schwappt auf die MediaBudget 2009 über

Die MediaBudget wird auch bei der zweiten Auflage Entscheider aus ganz Deutschland funktionsübergreifend ansprechen und neben der Analyse der verschiedenen Mediakanäle auch einen Blick in die Zukunft der Marketingbranche wagen. Bereits nach der Premiere im vergangenen Jahr brachte Achim von Kirschhofer (IMAS International) die Stimmung vieler Mediaexperten mit folgenden Worten auf den Punkt: „Wir haben hier sehr

gute Gespräche geführt – irgendwann kommt kein Großer aus der Branche an der MediaBudget vorbei.“ Die Messe Stuttgart ist überzeugt, dass diese Prognose zutreffen wird. In diesem Jahr erwarten wir knapp 3000 hochkarätige Marketingentscheider und damit ein deutliches Besucherplus.

von Ulrich Kromer



ELEFANTENRUNDE MEDIABUDGET 2008

Zugesagt haben für die Diskussion 2009 bereits Béla Anda (AWD Holding), Christian Schmalzl (MediaCom), Fritz Raff (ARD/Saarländischer Rundfunk), Matthias Ehrlich (United Internet), Stefan Rühling (Vogel Business Media) und Philipp Welte (Burda).

(NBRZ) oder Peter Würtenberger (Springer) werden als Referenten auftreten, wertvolles Know-how vermitteln und Trends aus ihren Mediagattungen vorstellen.

Wichtige Themen: Planung, Erfolgskontrolle, Return of Marketing Investment

Die Workshops am zweiten Veranstaltungstag der MediaBudget liefern ebenfalls Antworten zu Fragen rund um die Effizienz der Mediakanäle oder zu den Marketing-Chancen in der Rezession. Diskutiert werden die Vorteile von antizyklischen Marketingstrategien, crossmediale Ansätze, professionelle Planung und die nachvollziehbare Kontrolle des Return of Marketing Investment (ROMI).

JETZT SCHON VORMERKEN:

Die 2. MediaBudget findet am
8. und 9. Juli 2009 in der Neuen Messe Stuttgart statt.
Weitere Infos, Bilder und Videos unter:
www.mediabudget.de.