

CROSSMEDIA holt Etat der Messe München

Düsseldorfer Independent überzeugt Messegesellschaft mit ausgeprägter Branchenexpertise

Düsseldorf, 25. Februar 2021. Ab sofort ist mit der Messe München die flächenmäßig größte deutsche Messegesellschaft im Kundenportfolio der unabhängigen Mediaagentur. Im Rahmen einer Ausschreibung konnte sie sich mit ihrer neu aufgestellten B2B-Unit CROSSMEDIA PRO gegen ein breites Teilnehmerfeld aus Media- und Spezialagenturen erfolgreich durchsetzen. Mit ihrem ganzheitlichen Ansatz verantwortet Crossmedia nun unterschiedliche Disziplinen, für die bisher mehrere Mediaagenturen, darunter OMD, zuständig waren.

Jede Messe ist ein eigenes Projekt mit individuellen Besonderheiten, Herausforderungen und Zielgruppen. Daher gilt es, immer wieder spezielle Lösungen fern ab vom Standard zu entwickeln. Gerade vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie ist es medial anspruchsvoller, auf digitale oder hybride Events einzugehen, als wenn diese physisch stattfinden. Dazu bedarf es eines Umdenkens der bisherigen Konzepte und damit auch der Mediastrategie insgesamt. Inhaltlich konnte Crossmedia die Messegesellschaft in allen abgefragten Disziplinen überzeugen und durch einen Ansatz, der neben Media auch Content bzw. Kommunikation mehr in den Fokus rückt, für sich gewinnen.

Eine Agentur für alle Disziplinen

„Crossmedia hat ein klares Verständnis für die Herausforderungen, vor der die gesamte Messebranche aktuell steht. Ihr ganzheitliches Strategiekonzept über die verschiedenen Disziplinen – von Klassik über Digital bis hin zu Performance – bietet für uns viele Vorteile, die einzelnen Events individuell voranzubringen und überdies Synergieeffekte zu erzielen“, äußert sich Aleksandra Solda-Zaccaro, Executive Director MarCom, Chief Marketing & Communications Officer über die Entscheidung für den Agenturwechsel. Neben den Ticketverkäufen soll mit Crossmedia nun auch die Marke selbst gestärkt werden und dabei Effizienz wie Emotionalisierung für alle Events Berücksichtigung finden.

„Dass wir Messe München von uns überzeugen konnten, macht uns stolz. In Corona-Zeiten braucht es Flexibilität. Wir sind gut aufgestellt, haben langjährige Erfahrung in der Messebranche und werden mit unserem Gesamtkonzept, das sich auf Content wie Daten gleichermaßen stützt, die Kommunikation jeder Veranstaltung für sich und die Dachmarke Messe München weiter voranbringen“, so Verena Falk, Client Service Director bei Crossmedia. Die selbstständige Business Unit Crossmedia Pro unter der Leitung von Falk und dem geschäftsführenden Gesellschafter Georg Tiemann betreut bereits eine Vielzahl deutscher Messegesellschaften und ihre internationalen Veranstaltungen, arbeitet aber auch mit Unternehmen wie BOBST, Lanxess, NIBE, Uniper und Wacker Neuson & Kramer.

Über Messe München

Mit rund 50 Messen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien ist die Messe München eine der weltweit führenden Messegesellschaften. In der Messemetropole München veranstaltet sie zahlreiche eigene Messen, darunter internationale Leitmesse wie die bauma, die weltweit größte Messe. Insgesamt nehmen jährlich über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an den mehr als 200 Veranstaltungen auf dem Messegelände in München, im ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München, im Conference Center Nord sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften

organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, der Türkei, Südafrika, Nigeria, Vietnam und im Iran. www.messe-muenchen.de

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 550 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Ärzte ohne Grenzen, Bifi, Bundeswehr, DER SPIEGEL, HeyCar, LIDL, Suzuki und Tamaris. www.crossmedia.de

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Nicole Weschke | Franziska Kook
Hildebrandtstraße 24 A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.441 | .442
mobil: 0173.6706762 | 0178.5647272
weschke@crossmedia.de | kook@crossmedia.de