

# Sponsoringpartnerschaften für die Popkomm 2008

music meets here

17. bis 19. September 2008, Berlin

Über 15.000 Key Player aus der Musik- und Entertainmentbranche,  
70.000 musikbegeisterte Festivalbesucher  
sowie weltweite Medienpräsenz

Stand: August 2008

Die Popkomm ist die führende internationale Business- und Kommunikationsplattform der Musik- und Entertainmentbranche, zu der Fachbesucher aus aller Welt kommen. Mit den Segmenten **Ausstellung, Festival und Kongress** bietet sie gleich drei Foren für Fachbesucher und Teilnehmer aus dem Musikerngeschäft als auch aus musikaffinen Bereichen wie Mobile Entertainment und dem Live-Sektor.

1989 in Düsseldorf ins Leben gerufen, fand die Popkomm bis 2003 jährlich in Köln statt. Seit 2004 wird die Popkomm in der Hauptstadtmetropole Berlin im September veranstaltet und erfreut sich seitdem eines zunehmenden nationalen, aber vor allem **internationalen Aussteller-, Publikums- und Medieninteresses**.

Die **Einzigartigkeit der Popkomm besteht im Dreiklang** aus der Fachmesse und dem Kongress auf dem Messegelände sowie dem Musik Festival in zahlreichen angesagten Clubs der Stadt. Darüber hinaus finden innovative Branchentreffen wie „Popkommclassics“ in der Classic Lounge oder auf der „Live Entertainment Area“ für Facleute aus der Konzert- und Festivalwelt statt.

Ein Konzept, das Synergien für Sponsoren garantiert!

## •Ausstellung & Kongress:

- Über 15.000 Fachbesucher der Musik- und Entertainmentbranche aus dem In- und Ausland
- Die Erfahrungen der Popkomm 2006 zeigen, dass:
  - rund drei Viertel der Fachbesucher in leitender Position arbeiten
  - 70% der Aussteller und 40% der Besucher aus dem Ausland kommen

## •Musik Festival:

- Hauptzielgruppe sind 70.000 Einwohner der Stadt Berlin im Alter von 25 bis 35 Jahren sowie die nationalen und internationalen Fachbesucher der Popkomm
- Nebenzielgruppe sind junge Erwachsene aus Berlin im Alter von 20 bis 25 Jahren

Die Zielgruppe besteht aus einem hochkarätigen Fachpublikum sowie Berlinern, die mit der Musik und Clubkultur emotional eng verbunden und aufgeschlossen für neue Trends und alles Unkonventionelle sind. Einen überdurchschnittlich hohen Anteil ihres Einkommens geben sie für Gastronomie, Kultur, hochwertige Kleidung/Accessoires, Multimedia-Produkte und Einrichtungsgegenstände aus. Frauen und Männer sind im Publikum etwa gleich stark vertreten. Das Einkommensspektrum reicht vom Studenten bis zum überdurchschnittlich guten Verdienner mit einem Monatseinkommen von mehr als 3.000 Euro. Wichtige Multiplikatoren des Festivals sind die Fachbesucher aus dem In- und Ausland, die auch für das Festival akkreditiert sind, sowie die Journalisten von Tagespresse und Musikzeitschriften.

# Popkomm Ausstellung

Die internationale Musikbranche präsentiert sich vom 17. bis 21. September 2008 auf **16.000 qm des Berliner Messegeländes** in ihrer Vielfalt – von Verlagen über Labels bis hin zu Vertrieben und Veranstaltern. Neue Formate, Mobile Entertainment, Hörbücher und der wachsende Live-Sektor sind vertreten. Breit gefächert ist auch das musikalische Spektrum: Pop, Rock, Hip Hop, Elektro, Jazz und Klassik sind nur einige der Genres.

Auf Grund der erfolgreichen Geschäftsabschlüsse der Messeaussteller während der Popkomm 2007 werden bei der nächsten Popkomm wieder über **800 Aussteller** und mehr als **15.000 Fachbesucher** aus **55 Ländern** erwartet.

Möchten Sie Ihr Unternehmen und Ihre Kompetenzen ins Blickfeld der globalen Musik- und Entertainmentbranche rücken? Die Ausstellung bietet Ihnen kreative Präsentationsmöglichkeiten für Ihre Produkte und direkten Zugang zu einem exklusiven internationalen Publikum, das sich für musikkaffine Produkte und Dienstleistungen interessiert.

# Popkomm Festival

Die für ihre grenzenlose Vielfalt bekannte Clubszene der Hauptstadt bietet den Berlinern und internationalen Fachbesuchern in den vier Tagen der Popkomm zahlreiche **Konzerte und Showcases in ca. 30 Clubs** sowie am 4. Tag der Popkomm eine DJ Night. Das Zentrum des Festivals ist die Kulturbrauerei mit ihren 7 Veranstaltungsorten. Während der Zutritt zur Ausstellung ausschließlich dem Fachpublikum vorbehalten ist, gibt das Festival auch der musikinteressierten Öffentlichkeit einen Einblick in die neuesten Trends der Musikbranche.

Wir laden Sie ein, dieses einzigartige Festival gemeinsam mit 2.000 Künstlern aus der weltweiten Musikszene sowie 70.000 internationalen Gästen und Einwohnern der Stadt zu (er)leben. Generieren Sie mit dem Festival für Ihr Unternehmen einen Imagetransfer und -gewinn durch die Assoziation mit einem positiven emotionalen Erlebnis und eine hohe Reichweite für Ihre Kommunikation. Sponsern Sie das gesamte Festival oder präsentieren Sie sich während ausgewählter Showcases.

# Ausstellung & Festival Sponsoring

	Supporting Sponsor Festival und Ausstellung
Rechte	Co-Naming des Festivals und der Ausstellung mit Hervorhebung „supported by“, exklusiver Sponsor, Nutzung des Popkomm Logos, Präsentation der Eröffnungsparty
Präsenz auf dem Festival	hervorgehobenes Branding im Popkomm Festivalzentrum der Kulturbrauerei (Banner im Innenhof der Kulturbrauerei, Bühnenbranding, Projektionen, Displays in den 2 Popkomm Festival Clubs der Kulturbrauerei, Besucherarmbändchen etc.), Promotionfläche, Auslage von Werbematerial
Präsenz in der Ausstellung	100 qm Stand (Wert: 175 Euro/ qm)
Logoeinbindung auf Werbemitteln	Titelrecht mit hervorgehobenem Branding auf ausgewählten Publikumswerbemitteln wie beispielsweise zur Popkomm 2007 auf 500 Großplakaten und 1.000 Plakaten diverser Formate, auf 120.000 Szene-Postkarten sowie auf der Titelseite der 10.000 Popkomm Guides, auf zahlreichen Popkomm Anzeigen in unterschiedlichen Fachzeitschriften, prominente ganzseitige Anzeigenschaltung im Festival Magazin, Banner in der Ausstellung und Festival, Branding im MTV- u. Viva-Trailer, Logo auf Fachbesuchertaschen sowie Beilagen, Vorstellung und Logo des Sponsors im Newsletter
Pressearbeit	umfangreiche Einbindung in die Pressearbeit des Festivals u. der Ausstellung im Vorfeld und während der Veranstaltung (hervorgehobenes Branding auf Pressemitteilungen u. -mappen sowie im Popkomm_newslines, exklusiver Sponsor-Newsletter, Präsenz des Sponsors in den Podien der Eröffnungs- und der Festivalpressekonferenz, Auslage von sponsoreigenen Presseinformationen)
Homepage	Co-Naming mit Hervorhebung „supported by“ auf Startseite sowie unter Festival
weitere Rechte	20 Dauerregistrierungen für den Messe-, Kongress- und Festivalbereich (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung), VIP-Karten für die offizielle Eröffnungsparty der Popkomm inkl. Nutzung des VIP-Shuttles
Brutto-Reichweite	4.092.622
Netto-Wert in Euro	100.000
Tausender Kontaktpreis in Euro	24

# Ausstellung Sponsoring

	Supporting Sponsor Ausstellung
Rechte	alternativ zum Supporting Sponsor Festival und Ausstellung: Co-Naming der Ausstellung mit Hervorhebung "supported by", exklusiver Sponsor, Nutzung des Popkomm Logos, Präsentation der Eröffnungsparty
Präsenz in der Ausstellung	100 qm Stand (Wert: 175 Euro/ qm)
Logoeinbindung auf Werbemitteln	Titelrecht mit hervorgehobenem Branding auf ausgewählten Publikumswerbemitteln wie beispielsweise zur Popkomm 2007 auf 500 Großplakaten und 1.000 Plakaten diverser Formate, auf 120.000 Szene-Postkarten sowie auf der Titelseite der 10.000 Popkomm Guides, auf zahlreichen Popkomm Anzeigen in unterschiedlichen Fachzeitschriften, prominente ganzseitige Anzeigenschaltung im Festival Magazin, Banner in Ausstellung, Branding im MTV- u. Viva-Trailer, Vorstellung und Logo des Sponsors im Newsletter
Pressearbeit	umfangreiche Einbindung in die Pressearbeit des Festivals u. der Ausstellung im Vorfeld und während der Veranstaltung (hervorgehobenes Branding auf Pressemitteilungen u. -mappen sowie im Popkomm_newline, exklusiver Sponsor-Newsletter, Präsenz des Sponsors im Podium der Eröffnungspressekonferenz, Auslage von sponsoreigenen Presseinformationen)
Homepage	Co-Naming mit Hervorhebung „supported by“ auf Startseite
weitere Rechte	10 Dauerregistrierungen (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung), VIP-Karten für die offizielle Eröffnungsparty der Popkomm inkl. Nutzung des VIP-Shuttles
Brutto-Reichweite	2.942.622
Netto-Wert in Euro	50.000
Tausender Kontaktpreis in Euro	17

# Festival Sponsoring

	Main Sponsor Festival
Rechte	alternativ zum Supporting Sponsor Festival und Ausstellung: Titelrecht des Festivals („Main Sponsor Popkomm Festival 2007“), exklusiver Sponsor, Nutzung des Popkomm Logos, Präsentation der Eröffnungsparty
Präsenz auf dem Festival	Festival: Titelrecht mit hervorgehobenem Branding im Popkomm Festivalzentrum der Kulturbrauerei (Banner im Innenhof der Kulturbrauerei, Bühnenbranding, Projektionen, Displays in den 2 Popkomm Clubs der Kulturbrauerei, Besucherarmbändchen etc.), Promotionfläche, Auslage von Werbematerial
Logoeinbindung auf Werbemitteln	Titelrecht mit hervorgehobenem Branding auf ausgewählten Publikumswerbemitteln wie beispielsweise zur Popkomm 2007 auf 500 Großplakaten und 1.000 Plakaten diverser Formate, auf 120.000 Szene-Postkarten sowie auf der Titelseite der 10.000 Popkomm Guides, auf zahlreichen Popkomm Anzeigen in unterschiedlichen Fachzeitschriften, prominente ganzseitige Anzeigenschaltung im Festival Magazin, Banner im Festival, Branding im MTV- u. Viva-Trailer, Vorstellung und Logo des Sponsors im Newsletter
Pressearbeit	umfangreiche Einbindung in die Pressearbeit des Festivals im Vorfeld und während der Veranstaltung (Titelrecht mit hervorgehobenem Branding auf Pressemitteilungen u. -mappen sowie im Popkomm_newline, exklusiver Sponsor-Newsletter, Präsenz des Sponsors im Podium der Festivalpressekonferenz, Auslage von sponsoreigenen Presseinformationen)
Homepage	Co-Naming mit Hervorhebung „supported by“ auf der Festivalsite
weitere Rechte	10 Dauerregistrierungen (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung), VIP-Karten für die offizielle Eröffnungsparty der Popkomm inkl. Nutzung des VIP-Shuttles
Brutto-Reichweite	3.062.000
Netto-Wert in Euro	50.000
Tausender Kontaktpreis in Euro	16

# Festival Sponsoring

	Co-Sponsor Festival
Rechte	alternativ zum Supporting Sponsor Festival und Ausstellung sowie Main Sponsor Festival: Präsenz als Co-Sponsor mit weiteren Sponsoren, Nutzung des Popkomm Logos
Präsenz auf dem Festival	Co-Branding im Popkomm Festivalzentrum der Kulturbrauerei (Banner im Innenhof der Kulturbrauerei, Bühnenbranding, Projektionen, Displays in den 2 Popkomm Clubs der Kulturbrauerei, Besucherarmbändchen etc.), Promotionfläche, Auslage von Werbematerial
Logoeinbindung auf Werbemitteln	Titelrecht mit hervorgehobenem Branding auf ausgewählten Publikumswerbemitteln wie beispielsweise zur Popkomm 2007 auf 500 Großplakaten und 1.000 Plakaten diverser Formate, auf 120.000 Szene-Postkarten sowie auf der Titelseite der 10.000 Popkomm Guides, auf zahlreichen Popkomm Anzeigen in unterschiedlichen Fachzeitschriften, Banner, Branding im MTV- u. Viva-Trailer
Pressearbeit	umfangreiche Einbindung in die Pressearbeit im Vorfeld und während des Festivals (Co-Branding auf Pressemitteilungen sowie im Popkomm_newslines, Nennung des Sponsors während der Festivalpressekonferenz, Auslage von sponsoreigenen Presseinformationen)
Homepage	Co-Branding auf der Festivalseite
weitere Rechte	3 Dauerregistrierungen (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung), VIP-Karten für die offizielle Eröffnungsparty der Popkomm inkl. Nutzung des VIP-Shuttles
Brutto-Reichweite	2.662.000
Netto-Wert in Euro	10.000
Tausender Kontaktpreis in Euro	4

# Festival Sponsoring

	Sponsoring Showcase
Rechte	alternativ zum Supporting Sponsor Festival und Ausstellung und zum Main Sponsor Festival: Co-Naming einzelner Showcases: „presented by..“
Präsenz auf dem Festival	hervorgehobenes Branding der Showcases in den Popkomm Clubs der Kulturbrauerei (Banner im Innenhof der Kulturbrauerei, Bühnenbranding, Projektionen, Displays in den 2 Popkomm Clubs der Kulturbrauerei, Besucherarmbändchen etc.), Promotionfläche, Auslage von Werbematerial (kein exklusives Branding der Location), Vorstellung und Logo des Sponsors im Newsletter
Pressearbeit	Logopräsenz im Popkomm_newslin, Nennung des Sponsors während der Festivalpressekonferenz
weitere Rechte	3 Dauerregistrierungen (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung), VIP-Karten für die offizielle Eröffnungsparty der Popkomm inkl. Nutzung des VIP-Shuttles
Brutto-Reichweite	je nach Showcase auf Anfrage
Netto-Wert in Euro	je nach Showcase auf Anfrage
Tausender Kontaktpreis	je nach Showcase auf Anfrage

Alle angegebenen Preise verstehen sich zzgl. Produktions- und Installationskosten sowie MwSt. (abhängig von Art und Umfang des Branding).

Im Popkomm Kongress werden an allen drei Tagen die brennendsten Themen der Branche diskutiert, Innovationen vorgestellt und Fachwissen von internationalen Branchenvertretern vermittelt. Digitales Marketing, Pop & Politik, das Mobile Forum, die Live Perspektive und der Künstler-Schwerpunkt stehen 2008 auf der Agenda. Es diskutierten 200 prominente geladene Vertreter der Musik- und Entertainmentbranche in **internationalen Keynotes, Foren, Workshops und Panels**.

Im Rahmen des Kongresses wird der **Popkomm-IMEA** (Innovation in Music and Entertainment Award) verliehen, der die besten und innovativsten Geschäftsideen für die Branche auszeichnet.

Begleitend zum Kongressprogramm finden im Zeitraum der Popkomm **Satellitenmeetings** statt, etwa Mitgliederversammlungen von Verbänden, Empfänge und Tagungen branchenrelevanter Institutionen.

Auch im Jahr 2008 widmet sich der Kongress in **Diskussionsrunden, Vorträgen und Workshops** wieder den Themen, die die Musikindustrie in Zukunft beschäftigen werden.

Über 15.000 Teilnehmer nutzen den Kongress als zentrale Informations- und Wissensplattform. Er gilt als das meinungsbildende Treffen von internationalen Fachleuten, das Themen für die Branche vorgibt, Diskussionen anregt und Lösungsansätze entwickelt. Unterstreichen Sie als Sponsor des Kongresses öffentlichkeitswirksam den Erfahrungsschatz Ihres Unternehmens und stellen Sie für die Eröffnung der Kongresse und Interviews einen **Keynote-Redner** aus Ihrem Unternehmen.

# Kongress Sponsoring

	Supporting Sponsor Kongress
Rechte	Co-Naming des Kongresses mit Hervorhebung "supported by", exklusiver Sponsor des Kongresses, Nutzung des Popkomm Logos
Präsenz auf dem Kongress	hervorgehobenes Branding der Kongressräumlichkeiten mit Bannern, Projektionen, Displays etc., Auslage von Informations- und Werbematerial, sowie weitere spezifische Präsentationsmöglichkeiten, Veranstaltung eines eigenen Panels (Basis-Equipment und Mobiliar wird von Popkomm gestellt), Vorstellung und Logo des Sponsors im Newsletter
Logoeinbindung auf Werbemitteln	Co-Naming mit Hervorhebung „supported by“ auf Vorderseite des Conference Finders
Pressearbeit	umfangreiche Einbindung in die Pressearbeit des Kongresses im Vorfeld und während des Kongresses (hervorgehobenes Branding auf Pressemitteilungen- u. mappen sowie im Popkomm_newline, Nennung des Sponsors während der Eröffnungspressekonferenz)
Homepage	Co-Naming mit Hervorhebung „supported by“ auf der Kongress-Seite
weitere Rechte	5 Dauerregistrierungen (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung)
Brutto-Reichweite	465.311
Netto-Wert in Euro	20.000
Tausender Kontaktpreis in Euro	43

# Kongress Sponsoring

Möchten Sie in aller Munde sein? Nichts leichter als das: Verleihen Sie einem der Konferenzräume Ihren Namen und schon spricht die ganze Branche täglich von Ihnen. Möchten Sie gesehen werden? Schmücken Sie Ihren Konferenzraum mit Bannern, Projektionen oder Displays und schon entgehen Sie niemandem.

	Sponsoring Conference Rooms
<b>Rechte</b>	alternativ zum Supporting Sponsor Kongress: Benennung eines Konferenzraumes mit dem Namen des Sponsors
<b>Präsenz auf dem Kongress</b>	hervorgehobenes Branding des Raumes (Banner, Projektionen, Displays etc.), Auslage von Informations- und Werbematerial, sowie weitere spezifische Präsentationsmöglichkeiten
<b>Logoeinbindung auf Werbemitteln</b>	Co-Branding im Innenteil des Conference Finders
<b>Pressearbeit</b>	umfangreiche Einbindung in die Pressearbeit des Kongresses im Vorfeld und während des Kongresses (Branding auf Pressemitteilungen u. -mappen sowie im Popkomm_newline, Nennung des Sponsors während der Eröffnungspressekonferenz)
<b>Homepage</b>	Logopräsenz auf der Kongress-Seite
<b>weitere Rechte</b>	5 Dauerregistrierungen (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung)
<b>Brutto-Reichweite</b>	465.311
<b>Netto-Wert in Euro</b>	6.000
<b>Tausender Kontaktpreis in Euro</b>	13

# Kongress Sponsoring

Kreieren Sie während der halbstündigen Networking Breaks eine ganz persönliche Atmosphäre, in der sich die Kongressteilnehmer wohl fühlen und bei warmen und kalten Getränken eine kleine Pause einlegen können.

	Sponsoring Networking Breaks
Rechte	Co-Naming der Networking Breaks: „supported by...“
Präsenz auf dem Kongress	Branding während des halbstündigen Networking Breaks (Banner, Projektionen, Displays etc.), Branding einzelner Catering-Ausstattungs-elemente (z. B. Tischdecken), Auslage von Informations- und Werbematerial, Promotion-Aktionen während der Breaks
Logoeinbindung auf Werbemitteln	Co-Branding im Innenteil des Conference Finders
Homepage	Logopräsenz auf der Kongress-Seite
Brutto-Reichweite	455.000
Netto-Wert in Euro	je nach Kongresstag 1.500 bis 3.500
Tausender Kontaktpreis in Euro	je nach Kongress 3,30 bis 7,70

# Kongress Sponsoring

Um sich optimal auf den jeweiligen Vortrag vorbereiten zu können, kurz in sich zu gehen oder auch um nach dem Panel zu entspannen, steht den Referenten ein separater Speaker Room mit Getränken und Snacks zur Verfügung. Verwandeln Sie diesen Raum in eine willkommen heiende Ruhezone, die unvergessen bleibt.

	Sponsoring Speaker Room
Rechte	Co-Naming des Speaker Room: „presented by...“
Präsenz auf dem Kongress	Branding des Bereiches (Gestaltung der Außenwände), Branding einzelner Catering-Ausstattungs-elemente (z. B. Tischdecken), Auslage von Informations- und Werbematerial
Logoeinbindung auf Werbemitteln	Co-Branding im Innenteil des Conference Finders
Brutto-Reichweite	465.311
Netto-Wert in Euro	2.000
Tausender Kontaktpreis in Euro	13,00

Alle angegebenen Preise verstehen sich zzgl. Produktions- und Installationskosten sowie MwSt. (abhängig von Art und Umfang des Branding).

# Popkomm Classic Lounge

Auch während der Popkomm 2008 werden **klassische Töne** nicht zu überhören sein, wenn zum 4. Mal ein Branchentreffpunkt für die Klassik eingerichtet wird. Dabei tritt dieser Bereich gleich **in allen drei Segmenten der Popkomm 2008** auf:

In der Ausstellung bildet die Classic Lounge die Plattform für klassische Musik, in der sich Labels, Verbände, Verlage und Klassik-Medien präsentieren, um sowohl die neuen und innovativen Perspektiven des Klassikmarktes darzustellen als auch in einem entspannten Ambiente den Austausch durch interessante Begegnungen und konstruktive Gespräche zu fördern. Im Kongress finden Klassik-Panels statt und während des Festivals werden Klassik-Events in verschiedenen Locations geboten.

Sie möchten den Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens bei Entscheidungsträgern der Klassikbranche steigern? Dann präsentieren Sie exklusiv oder gemeinsam mit weiteren Partner den innovativen Branchentreffpunkt Classic Lounge.

# Classic Lounge Sponsoring

	Presenting Sponsor Classic Lounge	Co-Sponsor Classic Lounge
Rechte	Co-Naming der Classic Lounge mit Hervorhebung „presented by“, exklusiver Sponsor, Nutzung des Popkomm Logos	alternativ zum Presenting Sponsor: Präsenz als Co-Sponsor mit weiteren Sponsoren, Nutzung des Popkomm Logos
Präsenz auf Popkomm classics	hervorgehobenes Branding im Bereich der Classic Lounge (Banner, Projektionen, Displays), Promotion, Auslage von Werbematerial	Branding im Bereich der Classic Lounge (Banner, Projektionen, Displays), Promotion, Auslage von Werbematerial
Präsenz in der Ausstellung	30 qm Stand (Wert: 175 Euro/ qm)	15 qm Stand (Wert: 175 Euro/ qm)
Einbindung auf Werbemitteln	ganzseitige Anzeige in 10.000 Popkomm Guides	
Pressearbeit	umfangreiche Einbindung in die Pressearbeit rund um die Klassik im Vorfeld und während der Veranstaltung (hervorgehobenes Branding auf Pressemitteilungen u. -mappen sowie im Popkomm_newline, Nennung des Sponsors während der Eröffnungspressekonferenz), Vorstellung und Logo des Sponsors im Newsletter	Einbindung in die Pressearbeit rund um die Klassik im Vorfeld und während der Veranstaltung (Branding auf Pressemitteilungen u. -mappen sowie im Popkomm_newline, Nennung des Sponsors während der Eröffnungspressekonferenz), Vorstellung und Logo des Sponsors im Newsletter
Homepage	Co-Naming mit Hervorhebung „presented by“ auf der Classic Lounge Seite	Logo auf der Classic Lounge Seite
weitere Rechte	10 Dauerregistrierungen (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung), VIP-Karten für die offizielle Eröffnungsparty der Popkomm inkl. Nutzung des VIP-Shuttles	5 Dauerregistrierungen (Wert: 285 Euro pro Dauerregistrierung), VIP-Karten für die offizielle Eröffnungsparty der Popkomm inkl. Nutzung des VIP-Shuttles
Brutto-Reichweite	467.933	67.933
Netto-Wert in Euro	25.000	7.500
Tausender Kontaktpreis in Euro	48,00	110,00

# Sachsponsorring

Für eine gelungene internationale Berichterstattung sind Journalistenreisen zur Popkomm ein wichtiger Bestandteil. Als Luftverkehrsunternehmen stellen Sie der Popkomm für ausgewählte Redakteure u.a. aus den Ressorts Wirtschaft, Musik, Mobile Technologie Hin- und Rückflüge kostenfrei zur Verfügung.



# Leistungen Werbekampagne 2008

Sponsoren und Medienpartner profitieren – wie beispielsweise zur Popkomm 2007 – von der Präsenz auf 1.500 Postern im Berliner Stadtbild, 120.000 Szene-Postkarten in diversen Cafés, Bars, Clubs und Kinos sowie zahlreichen Anzeigen in Musikzeitschriften im In- und Ausland, die die Popkomm bis zu zwei Wochen im Voraus ankündigen. **Die Kampagne 2008 erzielt eine Gesamtreichweite von 4.092.622 Brutto-Kontakten.**

## Großflächen

Auflage: 500

Format: 18/1

Distribution: Berliner Stadtbild

Reichweite: 500.000

## Szene-Postkarten

Auflage: 120.000

Format: DIN A6

Distribution: Clubs, Bars, Restaurants, Kinos, Theater in Berlin

Reichweite: 240.000

## Plakate

Auflage: 1.000

Format: diverse Formate

Distribution: Berliner Stadtbild

Reichweite: 1.000.000

# Leistungen Werbekampagne 2008

## Conference Finder Leporello

Auflage: 15.000

Format: 34,80 x 6,10 cm 5-fach gefalzt auf 5,80 x 6,10 cm (12-seitig)

Distribution: auf dem Messegelände für alle Messteilnehmer

Reichweite: 150.000 Kontakte

## Ausstellung Banner

Format: individuell je nach Standort

Distribution: auf dem Messegelände

Reichweite: 15.311

## Festival Magazin

Auflage: 110.000

Format: DIN A4

Distribution: Beilage im tip Stadtmagazin

Reichweite: 400.000 Kontakte

## Popkomm Guide

Auflage: 15.000

Format: DIN A4, ca. 100 Seiten

Distribution: auf dem Messegelände für alle Teilnehmer

Reichweite: 100.000 Kontakte

# Leistungen Werbekampagne 2008

## Festival Banner

Format: individuell je nach Standort

Distribution: auf dem Gelände der Kulturbrauerei

Reichweite: 80.000

Website: [www.popkomm.de/](http://www.popkomm.de/) [www.popkomm.com](http://www.popkomm.com)

230.000 Seitenabrufe und über 300.000 Hits vom 1.10.2005 bis zum 31.10.2006, mehr als 60.000 User allein während der Messelaufzeit

## Popkomm Newsletter

Der Newsletter wird einmal monatlich bzw. einmal wöchentlich im Vorfeld der Veranstaltung an einen exklusiven Fachverteiler mit 22.000 Abonnenten (ca. 55% deutsche und 45% internationale Kontakte) versendet. Der Sponsor ist mit einem selbst verfassten zehn Zeilen langen deutschen und englischen Textbeitrag sowie einer Verlinkung auf die Sponsor-Homepage im Newsletter präsent.

# Leistungen Werbekampagne 2008

## Anzeigen

Medien: diverse europäische Fachmedien

Anzeigen: rund 80 in ca. 50 Medien

Formate: 1/2 und 1/1 Seite, s/w und 4c

Druckauflagen gesamt: 174.719

Reichweite: 350.000

## TV-Trailer

TV-Sender: MTV, Viva

Anzahl der Schaltungen: 80

(diese Leistung muss erst noch verhandelt werden)

# Leistungen Pressearbeit

Die intensive und kreative Öffentlichkeitsarbeit sorgt für zahlreiche Ankündigungen und eine umfassende Berichterstattung während und nach der Popkomm. Konkret bedeutet das die Ausstrahlung von ca. 502 Beiträgen in deutschen und ausländischen Online-Medien. Wichtige Zielgruppen sind regionale, überregionale und internationale Tagespresse, nationale und internationale Wirtschafts- und Fachpresse, Publikumsmedien des In- und Auslandes, nationale und internationale Hörfunk- und TV-Sender, Nachrichten- und Fotoagenturen sowie freie Textberichtersteller und Fotojournalisten. Im Jahr 2008 werden wieder **1.700 akkreditierte Medienvertreter aus 38 Ländern** erwartet. Die **kumulierte Reichweite der Medienpublikationen von Anfang April bis Ende Oktober** wird aus Erfahrung der Popkomm 2006 und 2008 erneut bei **212 Millionen Exemplaren mit einem Anzeigenwert von 3,6 Millionen Euro** liegen.

## Presseinformationen

Zu Anfang des Jahres 2008 beginnt der Presseausland an Medien im In- und Ausland, der zum August/ September hin verstärkt wird.

## Pressekonferenzen

Ca. vier eigene Pressekonferenzen sowie ca. 13 Pressternine und mehrere Pressegespräche kündigen jeweils die Messe, den Kongress sowie das Festival an und präsentieren die Partner und Sponsoren. Am letzten Tag der Popkomm findet eine zentrale Abschlusspressekonferenz statt.

## Popkomm\_newslines

Drei Newsletter mit ca. 70 Beiträgen zum aktuellen Messegesehen werden an 300 deutsche und 400 internationale qualifizierte Fachjournalisten sowie an weitere 100 Print-, Radio- und TV-Redaktionen übermittelt.

# Sponsoring Ansprechpartner

Die Agentur Causales ist von der Popkomm GmbH für die Akquise von Sponsorenpartnern autorisiert.

Causales, Agentur für Marketing & Kommunikation

Walter & Neumann GbR

Hans-Conrad Walter

Eva Neumann

Bötzowstraße 25

10407 Berlin

Tel: 030 - 53 214 391

Fax: 030 - 53 215 337

walter@causales.de

neumann@causales.de

www.causales.de

www.kulturmarken.de

## Veranstalter

Popkomm GmbH,  
Messedamm 22, D-14055 Berlin  
Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
Dr.Christian Göke  
Vertretungsberechtigter Geschäftsführer:  
Dr.Ralf Kleinhenz

## Director Popkomm

Katja Bittner  
Tel.: 030- 30 38-21 89  
Fax: 030 – 30 38-21 49  
bittner@messe-berlin.de

## Marketing Director

### Advertising & Sponsoring

Lilith Strebl-Schneider  
Tel.: 030- 30 38 24 06  
Fax: 030- 30 38 22 39  
strebl-schneider@messe-berlin.de