

# Einkaufsmacht gebündelt

**HAMBURG** Jetzt ist es offiziell: Die-Münchener Mediaagentur Mediaplus wird künftig ihr Schaltvolumen bei der Interpublic-Tochter Magna Global bündeln (HORIZONT 25/2003). Für diese Allianz wurde eigens eine neue Gesellschaft namens Magna Global Mediaplus (MGMP) gegründet, die Anfang 2004 ihre Arbeit aufnehmen und eine Einkaufsmacht von rund 2,5 Milliarden Euro bündeln wird.

Brancheninsider reden bereits jetzt vom „Deal des Jahres“: Denn der neue Player MGMP rückt den beiden Spitzenagenturen in puncto Einkauf, HMS & Carat und Mediacom, bedrohlich nahe (HORIZONT 9/2003). Und so sieht alles danach aus, als ob der Einkauf von Werbepläätzen in Zukunft von einem Triumvirat nahezu ebenbürtiger Mediaagenturen dominiert wird.

Die Gesellschafter von Magna Global sind die Interpublic-Agenturen Ini-

tiative Media und Universal McCann. Sie halten 51 Prozent an MGMP und stellen mit dem Magna-Global-Chef Dominico Madile auch den Geschäftsführer. Mediaplus, die zur Serviceplan-Gruppe gehört, hält 49 Prozent. Neben dem Einkauf der drei Gesellschafter ist bei MGMP auch der von Springer & Jacoby Media gebündelt.

Mediaplus sucht seit Anfang des Jahres nach einem neuen Partner, da die Einkaufsfirma HCCS Plus, die seit 1999 mit HMS & Carat besteht, Ende 2003 aufgelöst wird (Horizont 25/2003). Mit MGMP will Mediaplus-Chef Michael Krautwald nun seine Vorstellungen von „integrierter Kommunikation im Einkauf“ nachhaltiger als mit HCCS Plus umsetzen. Der Renommierkunde BMW werde den Münchnern auch in der neuen Konstellation treu bleiben, betont Krautwald.