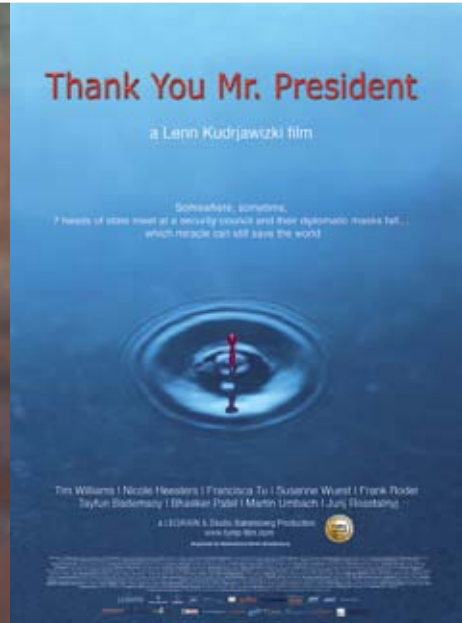




BRANDED ENTERTAINMENT 7. Product Placement Kongress

15. Oktober 2009 in Stuttgart, Haus der Wirtschaft



Referenten:

Prof. Dr. Jean-Marc Lehu, Pantheon Sorbonne University Paris • **Frank Zazza**, CEO iTVX New York • **Dirk Röder**, MEDIAPLUS Brand Entertainment • **Dominik Kuhn**, STARPATROL Entertainment • **Lenn Kudrjawizki**, LEGRAIN Production • **Prof. Dr. Claudia Gerhards**, FH Düsseldorf • **Michael Rueger**, rforce1 • **Stephan Leitgeb**, Rechtsanwälte Pießkalla & Leitgeb München • **Prof. Dr. Johannes Kreile**, Nörr Stiefenhofer Lutz • **Lars-Eric Mann**, IP Deutschland • **Malte Hildebrandt**, SevenOne AdFactory

Grußwort



Zum zweiten Mal findet der Kongress Branded Entertainment/Product Placement im Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg statt. Alle Teilnehmer heiße ich herzlich willkommen und wünsche Ihnen fruchtbare Diskussionen zu dem hochaktuellen Thema, das Sie in Stuttgart zusammengeführt hat. Die Medienmärkte sowie die Werbewirtschaft stehen mitten in einem Prozess mit tiefgreifenden Herausforderungen. Zum einen sind technische Veränderungen dafür ausschlaggebend, zum anderen ändern sich Verhaltensweisen speziell Konsumgewohnheiten immer schneller und gravierender. Digitalisierung der Medien und Medienkonvergenz schreiten unaufhaltsam voran. Vor allem junge Menschen entwickeln ganz neue Sehgewohnheiten und erschließen sich andere Informationsquellen: der Trend geht weg vom Fernsehen sowie von Zeitungen und Zeitschriften scheinbar unaufhaltsam hin zu internetbasierter Information und Unterhaltung. Gleichzeitig lässt die schwierige aktuelle wirtschaftliche Situation auch viele Sponsoren des Medienbereiches zögern. Die Werbewirtschaft, konfrontiert mit sinkenden Budgets, muss nun auch festgefahrene Werbemuster wie zum Beispiel den 30-Sekunden-Spot weiterentwickeln bzw. neue Formen finden. Die Medien verzeichnen derzeit Einnahmerückgänge, für die teilweise Ersatz gefunden werden muss. Im Zusammenspiel der Medien und der Werbetreibenden findet daher auch die Thematik um Produktplatzierungen neue Aufmerksamkeit und Bedeutung. Die TV Sportberichterstattung erscheint vielen bereits jetzt als durchsetzt mit Werbebotschaften. Hier haben sich

die Mechanismen aber längst eingespielt und die beteiligten Partner – Medien, Sponsoren und Sport – wohl den Zustand einer win-win-Situation erreicht. Premium-Autohersteller sind mit Product Placement schon lange erfolgreich. Eine aufmerksame Verfolgung von Fernseh- und Kinofilmen aus internationalen Produktionen macht die globale Entwicklung sichtbar.

Natürlich ist Schleichwerbung kategorisch abzulehnen. Aber angesichts der aktuellen Lage sollte über Möglichkeiten und Grenzen von Produktplatzierungen auch in Deutschland offen und vorurteilsfrei diskutiert werden. In Baden-Württemberg kann dies zum Beispiel von besonderer Bedeutung für die Filmwirtschaft sein, der das Land – ausgehend von den Vorschlägen aus der neuen Filmkonzeption - neuen Schwung geben will.

Ihr Branchentreff wird sicher die öffentliche Diskussion zum Thema bereichern.

Ernst Pfister MdL
Wirtschaftsminister des
Landes Baden-Württemberg

Veranstalter

WALDNER.TV
Entertainment Marketing



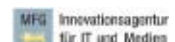
Mit freundlicher Unterstützung



interstuhl STUTTGART



Medienpartner



Referenten



Prof. Dr. Jean-Marc Lehu

Prof. Dr. Jean-Marc Lehu promovierte 1993 mit „Summa cum Laude“ zum Thema „The origins and the ways of using celebrities in advertising“. Er ist Dozent für Marketing an der Pantheon Sorbonne Universität in Paris und berät Unternehmen bei Kommunikations- und Marketing-Fragen. Seit zwanzig Jahren betreibt er zudem

das Kunstgewerbe-Unternehmen „Jean Lehu Tourneur sur bois“. Des Weiteren leitet er verschiedene Forschungsprojekte in den Bereichen „Brand Strategie“ und „Branded Entertainment“. Er veröffentlichte verschiedene Bücher u.a. „Brand Rejuvenation“ und „Branded Entertainment“ (Kogan Page).



Frank Zazza

Frank Zazza ist Geschäftsführer und Gründer von iTVX, er ist zuständig für globales Marketing, strategische Ausrichtung und Partnerschaften sowie die Weiterentwicklung von Produktinnovationen. Sein Hauptziel ist es, die Vision zu verwirklichen iTVX zum globalen Standard für die Messung von Branded Entertainment zu machen. Er ist als Product Placement Pionier bekannt mit einer über 25-jährigen Karriere in der er mehr als 100.000 Fernseh- und Kino-Placements orchestriert hat. Er wurde mit zahlreichen namhaften Preisen für kreative Placements ausgezeichnet und errang die Aufmerksamkeit der Medien, wo er in über 500 nationalen und internationalen

Magazinen umfangreich zitiert wurde. Als die Branche sich 1994 zu entwickeln begann, hatte er einen Auftritt als der Marketing Experte für Product Placement in „Dateline“ mit Jane Pauly. Zazza hat die Hochschulen als neue Medienhoffnung begeistert. Er dozierte an zahlreichen Universitäten darunter Wharton Graduate und die Columbia Graduate Business School, wo er mit dem „Apple“ eine Auszeichnung für Lehrer erhielt, als er durch die Studenten zum besten Gastdozent gewählt wurde. Er ist ein begeisterter Tischtennis- und Tennisspieler mit Meisterschaften des New York Athletic Club, sowie ein Vorstandsmitglied der New Rochelle Polizei Stiftung.



Dirk Röder

Nach Beendigung seines Studiums an der Fachhochschule Fulda, wurde Dirk Röder zunächst Vorstandsvorsitzender der XNASE AG, eine Investor Relations und PR-Agentur. 2002 wechselte er zur Audi AG nach Ingolstadt, wo er im Business to Employee Projektmanagement tätig war. Nach einiger Zeit arbeitete für die Audi AG als VIP-Spezialist im Bereich Product Placement in Los Angeles. Dabei arrangierte

er Placements in Projekten, wie „Das Bourne Ultimatum“, „Transporter 3“, „Transformers 2“, „The International“ und vielen weiteren Hollywood Blockbustern. Heute ist Dirk Röder Geschäftsführer bei der Agentur Mediaplus Brand Entertainment in München, die zur Serviceplan Gruppe gehört.



Dominik Kuhn

Soziale Netzwerke im Internet und ihre vorrangigen Nutzer, die vielbesungenen „Digital Natives“ stellen eine neue Herausforderung für Medienproduzenten dar. Dominik Kuhn, der Macher der schwäbischen Internet-Glosse „Virales Marketing im Todesstern Stuttgart“, die auf Webseiten wie YouTube & Co. mittlerweile über fünf Millionen Klicks abgesahnt hat, wirft einen Blick auf die Verhaltensweisen und Lieblingstummelplätze einer Zielgruppe, die für die Kulturentwicklung einen der größten Einschnitte seit der 68er-Generation bedeutet. Quo Vadis Werbewelt? Dominik Kuhn ist Reutlinger mit Baujahr 1969 und war ab Ende der 80er Jahre zunächst als Producer im Event-Business sowie als tourender Live-Toningenieur tätig, bevor er Mitte der 90er Jahre den Quereinstieg in die Filmproduktion und

schließlich die Wandlung zum Kreativkopf und Regisseur vollzog. Heute schreibt er Konzepte und dreht Werbespots und Imagefilme für die großen Agenturen und Markenartikler Europas sowie für die Hollywood-Industrie. Seine Spezialität sind dabei schräge Bildwelten und die Umsetzung humorvoller Boards, was ihn zu einem der gefragtesten Fachleute für Viralkampagnen in Deutschland gemacht hat. Momentan produziert er überdies für das SWR-Fernsehen die Serie „Die Welt auf Schwäbisch“, basierend auf seinem Schwaben-Synchro-Prinzip, die ab Herbst 2009 On Air gehen wird. Doch nicht nur das: Mit Endmol entwickelt er derzeit ebenfalls neue Serienformate.



Michael Rueger

1999 verließ Michael Rueger seine tägliche Routine als Fernseh- und Werbeproduzent (NDF, Grundy UFA, BBDO, u.a.), um sich vollständig den interaktiven Medien zu widmen. Heute kreiert und produziert er Toys, Games und plattformübergreifende Inhalte für internationale Unternehmen. Michael unterrichtet regelmäßig an der Filmakademie Ludwigsburg, der Hamburg Mediaschool, der bayerischen Akademie für Werbung

und Marketing und der HFF Potsdam. Er hält Vorträge bei Konferenzen, wie z.B. Imagine the Future, FMX, Cartoon Media, Crossing Europe, - und ist Jurymitglied bei IPTV-Award und Sehnsüchte 09. Michael lebt mit seiner bezaubernden Frau und seinen Söhnen Jim und Len in Berlin.



Lenn Kudrjawizki

Lenn Kudrjawizki Schauspieler, Regisseur und studierter Musiker ist der Experte für alle filmischen Aspekte. Seit 15 Jahren im Filmgeschäft, leitet er die Filmgeschäfte bei Legrain Productions. Seine Referenzen gehen über Tatort, Hauptcast bei „Abschnitt 40“, „Enemy at the Gates“ sowie „Die Fälscher“ – der 2008 den Oscar

für „bester ausländischer Film“ gewann. Demnächst auch zu sehen in „Die Päpstin“ Herr Kudrjawizki ist auch der Regisseur der zwei Kurzfilme von Legrain „Today is my Day“ und „Thank you Mr. President“, wovon letzterer auf dem Kongress mitunter Thema sein wird.



Prof. Dr. Claudia Gerhards

Prof. Dr. Claudia Gerhards, M.A. hat seit 2005 eine Professur für Kommunikation und Multimedia am Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Düsseldorf inne. Zuvor arbeitete sie als Redaktionsleiterin, Producerin und Formatentwicklerin für verschiedene Fernsehproduktionsfirmen mit dem Schwerpunkt „Unterhaltungsproduktion“. 2007 war sie Jury-Mitglied des Adolf Grimme

Preises in der Kategorie „Unterhaltung“. Ihr Studium der Deutschen Philologie, Theater-, Film- und Fernstudienwissenschaft sowie Englischen Philologie absolvierte sie an der Universität zu Köln. Prof. Dr. Gerhards führt zahlreiche praxisorientierte Forschungsprojekte durch, insbesondere in den Bereichen Formatentwicklung, Branded Entertainment, Bewegtbildkommunikation.



Stephan Leitgeb

Stephan Leitgeb hat in diversen Kanzleien im In- und Ausland gearbeitet, bevor er im Jahr 2005 die Rechtsanwaltskanzlei Pießkalla & Leitgeb in München gründete. Ein Schwerpunkt seiner anwaltlichen Tätigkeit liegt in der Beratung sowie Vertretung mittelständischer Unternehmen im Werberecht, insbesondere mit Bezug zu zivil- und

wettbewerbsrechtlichen Aspekten. Werbetreibende und Agenturen zählen zu den Mandanten der Kanzlei. Herr Leitgeb promoviert nebenbei zum Thema „Product Placement“ in seinen öffentlich-rechtlichen sowie europarechtlichen Bezügen.

Referenten



Prof. Dr. Johannes Kreile

Prof. Dr. Kreile ist Rechtsanwalt und Partner der Kanzlei Nörr Stiefenhofer Lutz und gehört zu den herausragenden Medienrechtlern in Deutschland. Er ist Sektionsgeschäftsführer Fernsehen der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V. und Geschäftsführer der VFF Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten. Für den Verband der Deutschen Konzertdirektion ist er als juristischer Berater tätig. Neben seiner anwaltlichen Tätigkeit lehrt er in München an der Hochschule für Fernsehen und Film sowie als Gastdozent an der Bayerischen Akademie



Lars-Eric Mann

Geboren 1971 in Köln, studierte Betriebswirtschaftslehre an der Internationalen Fachhochschule Worms und an der Robert-Gordon-University in Aberdeen (UK). Zunächst arbeitete der Diplom-Betriebswirt als Verkaufsassistent für Sonderwerbformen bei der SAT.1 GmbH in Berlin, anschließend absolvierte er dort ein Management-Trainee. Nach einer Zeit als Director Business Development bei der



Malte Hildebrandt

Malte Hildebrandt (1966) ist seit Juli 2009 Vorsitzender der Geschäftsführung der SevenOne AdFactory, einer Tochtergesellschaft der SevenOne Media, die sich um die Entwicklung und Umsetzung integrierter, kundenspezifischer Crossmedia-Angebote kümmert. Zuvor war er seit Juli 2008 als Senior Vice President für das Marketing von ProSieben, Sat.1, kabel eins und N24 innerhalb der German FreeTV Holding zuständig. Seit März 2005 leitete er den Bereich Marketing bei ProSieben. Von 1998 bis März 2000 war er im Marketing der ProSieben Media AG für den Aufbau und

für Werbung und Marketing. Prof. Dr. Kreile ist Mitherausgeber und Verfasser des Kommentars zum Rundfunkstaatsvertrag sowie des Jugendmedienschutzstaatsvertrag und auch als Autor zahlreicher Publikationen zum Medienrecht, Urheberrecht und Telekommunikationsrecht hervorgetreten. Prof. Dr. Johannes Kreile hat zahlreiche Beiträge im Bereich Medien und Urheberrecht publiziert. Zudem ist er Vorsitzender der Richtlinienkommission der Filmförderungsanstalt und Vizepräsident der europäischen Produzentenvereinigung CEPI.

Agentur my media GmbH wechselte er zur RTL Group und arbeitete dort zunächst als Leiter Marketing & Sales in der GZSZ Vermarktungs GmbH. 2002 wurde er Director Sales & Services bei IP interactive, im Dezember 2003 wurde er zum Geschäftsführer berufen. Seit 2006 ist Lars-Eric Mann Verkaufsleiter IP Solutions bei IP Deutschland, im Juni übernahm er zusätzlich die Leitung der Unit Future Solutions.

die Leitung des Produktmanagements verantwortlich. Im April 2000 wechselte er als Geschäftsführer zu Sports Interactive UK LTD (SIAC) nach London, bevor er 2001 als Executive Vice President Marketing & Corporate Management in die Geschäftsführung der Home Shopping Europe AG in München wechselte. Seine Karriere startete Hildebrandt 1993 bei der Philip Morris GmbH in München, wo er als Group Product Manager bis einschl. 1997 die Verantwortung für alle strategischen und operativen Marketingaspekte der Markenfamilie „Phillip Morris Light American“ inne hatte.

Programm

ab 9:15 Frühstücksimbiss

9:50 Begrüßung / Moderation

Andreas Waldner / Prof. Dr. Iris Ramme

10:00 Branded Entertainment from a French Perspective

Prof. Dr. Jean-Marc Lehu
Pantheon Sorbonne University, Paris (Vortrag auf englisch)

10:30 Branded Entertainment in Down Economy

Frank Zazza, CEO
iTVX, New York (Vortrag auf englisch)

11:00 Wie aus Product Placement Branded Entertainment wird

Dirk Röder, Geschäftsleitung
MEDIAPLUS Brand Entertainment, München

11:20 Social & Media Digital Natives

Dominik Kuhn
STARPATROL Entertainment, Reutlingen

11:50 Das Alternate Reality Game Prinzip

Michael Rueger
rforce1, Berlin, Dozent der Filmakademie Ludwigsburg

12:20 Mittagspause

13:00 Thank You Mr. President

Lenn Kudrjawizki, Schauspieler und Regisseur
LEGRAIN Production, Berlin

13:30 Schnittstellenmanagement bei Branded Entertainment TV-Produktionen

Prof. Dr. Claudia Gerhards
FH Düsseldorf

14:00 Europarechtliche Vorgaben für Produktplatzierungen und deren Auswirkung auf die nationale Praxis

Stephan Leitgeb, Rechtsanwalt
Pießkalla & Leitgeb, Rechtsanwälte, München

14:30 Schleichwerbung, Product Placement und neue Möglichkeiten des Branded Entertainment durch die Novellierung des Rundfunkstaatsvertrages?

Eine kritische Analyse künftiger Möglichkeiten
Prof. Dr. Johannes Kreile, Rechtsanwalt
Nörr Stiefenhofer Lutz, München

15:00 Kaffeepause

15:30 Mit Brand-Partnership erfolgreich Marken inszenieren

Lars-Eric Mann, Sales Director IP Solutions
IP Deutschland, Köln

16:00 Kreative multimediale Lösungen im Umfeld veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen

Malte Hildebrandt, Vorsitzender der Geschäftsführung
SevenOne AdFactory, Unterföhring

16:30 Podiumsdiskussion mit den Referenten und

Ministerialrätin Monika-Mundkowsky-Bek
Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg

17:00 Ende

Zielgruppen

Mitglieder des Vorstandes, der Geschäftsleitung sowie Fachkräfte aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Produkt- und Markenmanagement, Vertrieb und Media in Industrie, Handel, Film und Medien.
Des Weiteren Hochschulangehörige aus den relevanten Bereichen.

Termin

Donnerstag, 15. Oktober 2009

Ort

Haus der Wirtschaft, Willi-Bleicher-Str. 19, 70174 Stuttgart

Anreise

<http://www.wm.baden-wuerttemberg.de/sixcms/detail.php/62328>

Registrierung

Der Counter ist ab 8.30 Uhr geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

Anmeldung

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt, es gilt die Reihenfolge der Anmeldungen.
Nach der Anmeldung erhalten Sie die Rechnung als Bestätigung.
Die Gebühr für den eintägigen Fachkongress beträgt 345,- EUR zzgl. MwSt.

Ab dem zweiten Teilnehmer aus einem Unternehmen, gewähren wir 10% Preisnachlass.

Hochschulangehörige erhalten 20%, Studierende 50% Rabatt.

Bis zum 31.08. gewähren wir einen Frühbucherrabatt von rund 15% auf 295,- EUR zzgl. MwSt.

Die Gebühr enthält Arbeitsunterlagen und Catering (Kaffeepausen/Imbiss, Mittagessen, Getränke).

Die Veranstaltungsteilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus.

Für Programmänderungen, Referentenausfälle oder Druckfehler übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an.

Rücktritt

Bei Stornierung wird eine Bearbeitungsgebühr von 35,- EUR zzgl. MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 30. September 2009 schriftlich bei WALDNER.TV eingeht.

Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Gebühr fällig.

Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Bitte Coupon ausschneiden oder kopieren und per Brief oder Fax (0 70 22 – 90 58 06) an: WALDNER.TV, Postfach 1227, 72602 Nürtingen. Online Anmeldung unter www.branded-entertainment.org

Anmeldung

Hiermit melde ich mich gemäß Ihren Bedingungen verbindlich zum Fachkongress "Branded Entertainment" am 15. Oktober 2009 in Stuttgart an.

Firma/Institution

Name

Straße

PLZ, Ort

Land

Telefon

Telefax

eMail

Sollten Sie die Anmeldung bis spätestens 30. September 2009 schriftlich bei WALDNER.TV, Postfach 1227, 72602 Nürtingen stornieren wird eine Bearbeitungsgebühr von 35,- EUR zzgl. MwSt. pro Person erhoben. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Gebühr fällig. Eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich.