



# BRANDED ENTERTAINMENT & IPTV

## 6. Product Placement Kongress

7. Oktober 2008 in Stuttgart/Haus der Wirtschaft

### QUANTUM OF SOLACE

7<sup>th</sup>

**Kinostart**

**6. November 2008**



### Referenten:

**Hadi Teherani**, Vorstand Hadi Teherani AG. • **Oliver Janik**, Geschäftsleiter Director DDB Entertainment • **Dominik Kuhn**, STARPATROL Entertainment • **Frank Zazza**, CEO iTVX New York • **Stephan Leitgeb**, Rechtsanwälte Piebkalla & Leitgeb München • **Heiko Zysk**, Stellv. Leiter Medienpolitik ProSiebenSat.1 Media AG • **Prof. Dr. Iris Ramme**, Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen.

### Grußwort



Die rasante Entwicklung der Medienlandschaft verändert das Gefüge zwischen Werbetreibenden und Medien nachhaltig. Der Strukturwandel hin zu den digitalen Medien justiert die Spielregeln für die Marktteilnehmer neu. Das veränderte Mediennutzungsverhalten insbesondere der jungen Generationen erfordert eine adäquate Reaktion in der Ausrichtung und Adressierung von Werbebotschaften. Gleichzeitig bieten neue Werbeformen Chancen, die es zu nutzen gilt.

Eine Entwicklung geht dahin, dass die Werbetreibenden mit Produkt- und Werbebotschaften in die Medienformate gelangen möchten. Unter dem Begriff „Product Placement“ hat sich daraus ein neues Kommunikationsinstrument im Marketing entwickelt. Spielarten sind nicht nur Kinofilme, an der Spitze James Bond, sondern auch Fernsehformate oder Kurzfilme im Internet. In aktuellen Studien wird

eine steigende Tendenz für Product Placement in Deutschland ermittelt. Eine globale Studie prognostiziert sogar weiteres zweistelliges Wachstum.

Der erste deutsche Fachkongress dieser Art soll aufzeigen, welchen Level der Kooperation zwischen Werbetreibenden und Filmproduzenten/Medienunternehmen die Kommunikationsforum Product Placement bereits heute erreicht hat und welche Perspektiven sich daraus ergeben. Unter dem Begriff „Branded Entertainment“ hat sich daraus bereits so etwas wie eine neue Branche formiert.

Mit einer neuen Richtlinie für audiovisuelle Medien hat die Europäische Union auf die Veränderung der Medienlandschaft reagiert. Die Mitgliedsländer müssen die Richtlinie bis 2009 in nationales Recht umsetzen. Die Auswirkungen in der Praxis sind noch nicht eindeutig erkennbar. Auch darüber soll mit einem Spezial-Forum zur rechtlichen Situation mehr Transparenz erzeugt werden.

Gerade im wirtschaftsstarke und auf Innovationen ausgerichteten Baden-Württemberg werden neue Entwicklungen schnell erkannt und zur Anwendungsreife entwickelt. Deshalb begrüßt das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg die Veranstaltung mit der hochaktuellen Themenstellung gerade zum jetzigen Zeitpunkt in Stuttgart.

Ernst Pfister MdL  
Wirtschaftsminister des  
Landes Baden-Württemberg



### Veranstalter

**WALDNER.TV**  
Entertainment Marketing

**LFK**  
Landesanstalt für Kommunikation  
Baden-Württemberg

**Deutscher IPTV Verband**

### Mit freundlicher Unterstützung

**interstuhl**

**astonmartin**  
www.astonmartin-stuttgart.de



**LIVINGSTONE COMMUNICATIONS**

### Medienpartner

**wörkshop**  
MARKETING · MEDIA · EVENT

Hochschule für  
Wirtschaft und Umwelt  
Nürtingen-Geislingen

**MFI** Innovationsagentur  
für IT und Medien

**Wirtschaftsförderung  
Region Stuttgart**

**STUTTGART**



# Referenten



## Hadi Teherani

Hadi Teherani, der kreative Kopf des Architektenteams BRT und der Designfirma Hadi Teherani AG, studierte in Braunschweig, lehrte an der TH Aachen und begann in Köln als Architekt und Modedesigner. Mit sicherem Spürsinn für Chancen, Trends, Menschen, realistische Visionen und mit der Leidenschaft für Perfektion behält der

prominente schöpferische Unruhestifter stets Ganzheitlichkeit und Emotionalität im Blick: von Architektur bis Produktdesign. Ganz im Sinne des Bauhauses der zwanziger Jahre, aber ebenso im Sinne des Publikums und der ökologischen Probleme heute.



## Oliver Janik

Oliver Janik, startete seine berufliche Laufbahn 1998 als Projektmanager für Sponsoring und PR bei der Agentur World Sports Marketing in Stuttgart. Nächste Station war die ispr GmbH in München, wo Janik die Sponsoringplattform Brands rund um das TV Format ran-SAT. 1-FUSSBALL betreute. Danach wechselte Janik zu Avantgarde Sponsoring, ebenfalls in München, wo er als Marketing und Sales Manager vorwiegend für Sponsoringconsulting, Sonderwerbformen und Talentmanagement verantwortlich zeichnete. Anfang 2006 startete er als Client Service Director bei DDB Entertainment in Berlin, wo er Mitte 2007 in die Geschäftsleitung berufen wurde.

alternative Kommunikationslösungen, mit dem Ziel, den sich ständig ändernden Rahmenbedingungen für eine gezielte und messbar erfolgreiche Kommunikation gerecht zu werden. DDB Entertainment bedient sich dabei des Zusammenspiels aller relevanten Kommunikationskanäle, um eine organische Verbindung von Marken und Konsumenten durch die Plattform Entertainment (Film, Musik, Games etc.) herzustellen.

Wichtigster und größter Kunde ist Volkswagen, für den DDB Entertainment eine Vielzahl von alternativen Kommunikationskonzepten entwickelt und umsetzt.

DDB Entertainment versteht sich als Spezialagentur für integrierte Markenkommunikation mit dem Schwerpunkt Entertainment Marketing. Die 20-köpfige Agentur kreiert an den Standorten Berlin und Los Angeles ganzheitliche,



## Dominik Kuhn

Wer kennt sie nicht, die schwäbische Internet-Glosse „Virales Marketing im Todesstern Stuttgart“, die auf Webseiten wie YouTube & Co. innerhalb weniger Monate Millionen von Klicks abgesahnt hat? Dominik Kuhn, der Macher des Films, lüftet die schwarze Maske und lässt sich in die Karten schauen. In seinem unterhaltsamen

Vortrag vermittelt der 39-jährige Reutlinger einen Wissensquerschnitt über virales Werben: Psychologische Hintergründe, Herangehensweisen, Spielarten und Einsatzmöglichkeiten. Zutritt auch ohne schwarzen Rollkragenpulli gestattet.



## 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

Magzinen 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 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.



## Stephan Leitgeb

Stephan Leitgeb hat in diversen Kanzleien im In- und Ausland gearbeitet. 2005 Gründung der Rechtsanwaltskanzlei Pießkalla & Leitgeb in München. Der Schwerpunkt der anwaltlichen Tätigkeit liegt in der Beratung sowie Vertretung mittelständischer Unternehmen im Werberecht. Ende des Jahres 2004 erwarb

er den akademischen Grad „Magister des europäischen und internationalen Wirtschaftsrechts“ (LL.M.Eur.). Er promoviert nebenbei zum Thema „Product-Placement“ in seinen öffentlich-rechtlichen sowie europarechtlichen Bezügen.



## Heiko Zysk

Heiko Zysk begann nach seinem Studium der Publizistik und Nordamerikastudien seine berufliche Laufbahn in der Unternehmenskommunikation von Sat.1 in Berlin. Nach der Fusion zur ProSiebenSat.1 Media AG wechselte er als Referent in den Vorstandsbereich Medienpolitik, mit besonderem Schwerpunkt auf den Themengebiete Neue Medien und Technologien. Als stellvertretender Leiter des Bereichs Medienpolitik vertritt er heute die Belange der ProSiebenSat.1-Gruppe als

pan-europäischem Medienkonzern mit Fernseh- und Hörfunksendern in 13 Ländern, mit Sitz in Unterföhring bei München. Die Lizenzierung neuer Angebote und die Vertretung der Unternehmensinteressen bei der Gestaltung der medienrechtlichen Vorgaben gehören dabei ebenso zu seinen Tätigkeiten wie auch die Abschätzung der politischen, wirtschaftlichen und lizenz- und medienrechtlichen Implikationen bei der Einführung neuer Angebote, wie z.B. des Mobilien Fernsehens, IP-TV oder VoD.



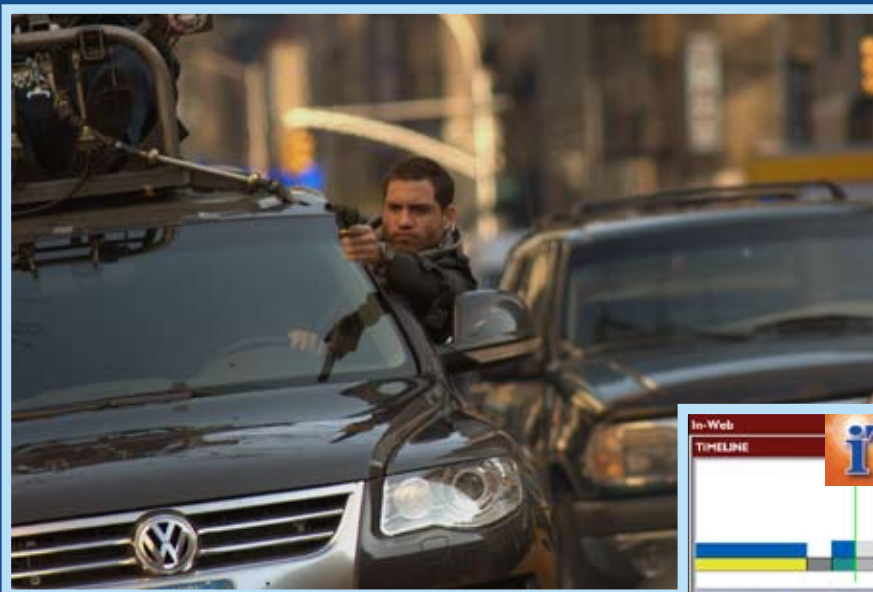
## Prof. Dr. Iris Ramme

Professor Dr. Iris Ramme hat nach Abschluss des Studiums der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften an der Universität Dortmund promoviert und ihre berufspraktische Laufbahn beim Deutschen Bücherbund in Stuttgart begonnen. Dort war sie Leiterin Marketing Research und Direktmarketing. Von 1992 bis 1997 arbeitete sie bei der Landesbausparkasse Württemberg als Abteilungsbereichsleiterin im Marketing und war zuständig für Produktmarketing, Marktanalyse und Marktplanung. Seit

1997 ist sie an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen mit Vorlesungsschwerpunkten in Marketing und Marktforschung. Gastprofessorin an der California State University, Fullerton/Los Angeles (USA). 2004 erhielt sie den Landeslehrpreis Baden-Württemberg. Sie führt praxisorientierte Forschungsprojekte durch, u.a. den Product Placement Monitor, den sie seit 1998 zusammen mit Andreas Waldner herausgibt.

# Programm

- 10:00 Begrüßung / Moderation**  
Prof. Dr. Iris Ramme  
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen
- 10:15 Branded Entertainment im Automobilbereich – when cars become stars**  
Oliver Janik  
Geschäftsführer DDB Entertainment, Berlin/Los Angeles
- 11:00 Herr Vader erklärt virales Marketing?**  
Dominik Kuhn  
STARPATROL Entertainment, Reutlingen
- 12:00 Mittagspause**
- 13:00 Europarechtliche Vorgaben für Produktplatzierungen und deren Auswirkung auf die nationale Praxis**  
Stephan Leitgeb  
Pießkalla & Leitgeb, Rechtsanwälte, München
- 13:30 Die Implementierung der europ. Liberalisierung der Produktplatzierungen in nationales Recht**  
Heiko Zysk  
Stellv. Leiter Medienpolitik, ProSiebenSat.1 Media AG
- 14:15 Measuring Web Video**  
Frank Zazza  
CEO iTVX, New York  
(Vortrag auf englisch)
- 15:00 Kaffeepause**
- 15:30 Vom Produktdesign zu James Bond "Quantum of Solace"**  
Hadi Teherani  
Vorstand Hadi Teherani AG
- 16:00 Podiumsdiskussion**  
mit den Referenten und Ministerialrätin Monika Mundkowsky-Bek  
Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg
- 16:30 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.

### 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. 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.

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

### Termin

Dienstag, 7. Oktober 2008

### Ort

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

### Zimmerreservierung

Für diese Veranstaltung steht im MARITIM Hotel ein begrenztes Kontingent an Zimmern zur Verfügung (Stichwort: Branded Entertainment), Tel.: 0711 942-1210.

### Anreise

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

### Rücktritt

Bei Stornierung wird eine Bearbeitungsgebühr von 35,- EUR zzgl. MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 30. September 2008 schriftlich bei WALDNER.TV Entertainment Marketing 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](http://www.branded-entertainment.org)

### Anmeldung

Hiermit melde ich mich gemäß Ihren Bedingungen verbindlich zum Fachkongress "Branded Entertainment & IPTV" am 7. Oktober 2008 in Stuttgart an.

Firma/Institution

---

Name

---

Straße

---

PLZ, Ort

---

Land

---

Telefon

---

Telefax

---

eMail

---

Sollten Sie die Anmeldung bis spätestens 30. September 2008 schriftlich bei WALDNER.TV Entertainment Marketing, 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.